العلاقات العامة و الإعلام

من منظور علم الاجتماع



الدكتـور

حسين عبد الحميد أحمد رشوان

دكتوراة فى علـــم الاجتماع

كبير مدرسى علم الاجتماع بدرجة مدير عام / أستاذ

جامعـة الأسكندرية (سابقـــاً)

أستاذ زائـــر - كلية الآداب - جامعة أسيوط




مكتبة
طريق العلم

العلاقات العامة والإعلام

من منظور علم الإجتماع

العلاقات العامة والإعلام

من منظور علم الإجتماع

تأليف

د . حسين عبد الحميد أحمد رشوان

دكتوراه فى علم الإجتماع

كبير مدرسى علم الإجتماع بدرجة مدير عام / استاذ

جامعة الإسكندرية (سابقا)

الطبعة السادسة

2014



دار الكتب والوثائق القومية	
عنوان المصنف	العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الإجتماع.
اسم المؤلف	حسين عبد الحميد احمد رشوان.
اسم الناشر	المكتب الجامعي الحديث.
رقم الايداع	2013/13876
الترقيم الدولي	978-977-438-402-8.
تاريخ الطبعة	السادسة منقحة ومعدلة أغسطس 2013.

بسم الله الرحمن الرحيم

وقل رب زدنى علما

صدق الله العظيم

محتويات الكتاب

المقدمة :

تعد العلاقات العامة ظاهرة إجتماعية من حيث أنها من أهم الجوانب التطبيقية لعلم الإجتماع الحديث ، ويستهدف هذا المؤلف تبيان أن العلاقات العامة نشاط إجتماعى ، ومن ثم فهى ترتبط بالمجتمع ، كما تؤثر فى المعايير الإجتماعية على وسائل الإتصال بالجماهير ، ويبدأ نشاط العلاقات العامة بالمجتمع المحلى كما ترتبط العلاقات العامة بالنظم والمعايير الإجتماعية هذا بالإضافة إلى أن الاتصال هو حامل العملية الإجتماعية ، كما انه له مدلول طبقى . كذلك يلعب الإعلام دورا هاما فى مواجهة الرواسب الثقافية وترتبط عملية الإعلام والإتصال بالجوانب الديموجرافية . ودورنا فى هذا المؤلف هو إظهار تلك العلاقة والإرتباط بين العلاقات العامة باعتبارها ظاهرة إجتماعية وبين الظواهر الاجتماعية الاخرى .

هذا وقد سبقنى فى هذا المجال بعض المفكرين أذكر منهم على سبيل المثال لا الحصر كتاب د . إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع – القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية 1976، وعليه فقد اعتمدت على هذا الكتاب اعتمادا كبيرا ، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من الكتب والمراجع العربية والأجنبية نذكر منها :

د. محمد سيد فهمى. الإعلام من المنظور الإجتماعى. ومن الكتب المترجمة وليم فاندرسال. المشرف الناجح فى الصناعة والهيئات الحكومية – دراسة فى السلوك الإنسانى. ترجمة د. عبد الهادى الجوهرى وآخرين ، أسيوط ، مكتبة الطليعة ، الطبعة الأولى ، 1978 .

ومن أبرز كتب العلاقات العامة التى لجأ إليها الباحث كتاب د. حسن محمد خير الدين ، أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية ، القاهرة . دار النشر للجامعات المصرية 1977. ومن الكتب الأجنبية المترجمة. إدوارد ل. بيرنيز وآخرون. العلاقات العامة فن . ترجمة د. وديع وحسنى خليفة . تصدير د. محمد توفيق رمزى القاهرة ، دار المعارف بمصر ، الطبعة الثانية 1967 .

ومن الكتب الاجنبية:

Sam black, practical public relation.London, the English language book society and pitman publishing, fourth edition, 1976.

كما لجأ المؤلف إلى بعض المراجع الخاصة بعلم الإجتماع نذكر منها على سـبيل المثال لا الحصر د . محمد عاطف غيث . علم الإجتمـاع . دار المعـارف **1963** ، ومن الكتب الاجنبية.

L . paul Horton & I . Hunt, sociology. Mac graw hill book company fourth edition 1967.

وينقسم هذا مؤلف إلى سبعة فصول يتناول الفصل الأول ماهية علم الاجتمـاع وتعريف الظواهر الإجتماعية وخواصها ، وصلة علم الإجتماع بالعلوم الإجتماعيـة الإنسانية . ويتناول الفصل الثانى ماهية العلاقات العامة وفلسفتها وأهميتها واهدافها ووظائفها وتبعية إدارة العلاقات العامة ، وبناؤها وصلاحية رجل العلاقـات العامـة والتميز بين العلافات العامة واوجه النشاط الأخرى .

ويتناول الفصل الثالث تاريخ العلاقات العامة فى العصور القديمة وفى مصر الفرعونية ، وفى بابل وآشور (العراق القديمة) وعند اليونان القدامى ، والرومان ، وفى العصور الإسلامية ، وفى العصور الحديثة. وجاء فى الفصل الرابع عملية العلاقات العامة من تخطيط وبرامج وبحث . ويتناول الفصل الخامس الجمهور ، وكذلك الرأى العام من حيث تعريفه ومكوناته، وأنواعه .

أما الفصل السادس فيدور حول الإعلام ووسائل الإتصال حيث يتناول المبادئ الأساسية للإعلام وتحليل عملية ووسائل الإتصال ونظرياتها وأهدافها وعملياتها وتقسيماتها . أما الفصل السابع والأخير فهو بعنوان المجتمع والعلاقات العامة وقد تناول الباحث فيه مفهوم كلمة المجتمع ومقوماته ووظائفه ثم العلاقة بين المجتمع والعلاقات العامة من حيث أنه لزاما قبل وضع أى برنامج للعلاقات العامة دراسة المجتمع وطريقة تكوينه ، وأشار الفصل إلى أشكال التجمعات البشرية وعلاقتها

بالعلاقات العامة ، حيث اكتشف العلماء دور الجماعة بمعايرها ومبادئها فى التأثير على الإتصال بالجماهير، ويشير الفصل كذلك إلى المجتمع المحلى – تعريفه ، وعلاقته بالعلاقات العامة حيث يبدأ نشاط العلاقات العامة بالمجتمع المحلى . والمجتمع المحلى هنا هو الذى تقيم فيه المؤسسة الصناعية منشآتها. ويتناول الفصل كذلك النظم الإجتماعية من حيث تعريفها، وعلاقة الأسرة والنظم الدينية، والنظم الإقتصادية، والنظم السياسية، والنظم التربوية، والنظم الترفيهية بالعلاقات العامة.كما أشار الفصل إلى المعايير الإجتماعية من عادات وأعراف، وقيم، وقانون ، وسلطة ، وعلاقتها بالعلاقات العامة من حيث أن العلاقات العامة ووسائل الإتصال تشتق أصلا من هذه المعايير الإجتماعية . ويشير الفصل كذلك إلى العمليات الإجتماعية من تعاون وتنافس وصراع وتوفق وعلاقاتها بالعلاقات العامة والإتصال من حيث أن هذا الأخير هو حامل لواء العملية الاجتماعية .

وتناول الفصل التغير الاجتماعى والتخطيط من حيث تعريفها وعلاقاتها بالعلاقات العامة ، وتناول الفصل كذلك الطبقات الإجتماعية من حيث المحكات الـتى يقاس على أساسها الطبقة الإجتماعية وعلاقاتها بالإتصال .

ويشير الفصل أيضا إلى مفهوم الثقافة وعلاقاتها بوسائل الاتصال . كما يشير كذلك إلى السكان وارتباط عملية الإعلام والاتصالات بالجوانب الديموجرافية . وأخير أرجو أن أكون قد وفقت ، والله الموفق،،

المؤلف

دكتور / حسين عبد الحميد احمد رشوان

الطبعة الاولى **1986**

الطبعة الثانية **1993**

الطبعة الثالثة **1997**

الطبعة الرابعة **2003**

الطبعة الخامسة **2008**

الفصل الاول
ماهية علم الإجتماع

مجال تعريف علم الإجتماع :

كل علم من العلوم له مجاله الخاص الذى يدرسه . فمجال علم الطبيعة دراسة الظواهر الطبيعية كالحرارة والضوء والكهرباء ...الخ. ومجال علم الكيمياء المتفاعلات ومعرفة عناصر المواد...إلخ. وعلم الفلك مجاله الكواكب والنجوم...إلخ. وعلم النفس مجاله السلوك الفردى للإنسان ... الخ .

فما هو إذن مجال علم الإجتماع ؟ وكيف نعرفه ؟

لاقت كلمة " علم الإجتماع " الكثير من انواع الخلط ، فقد اعتبره البعض فن الخدمة الإجتماعية وعلاج مشكلات كمشكلة السكان والفقر والجريمة . ويميل الآخدون بوجهة النظر هذه إلى اعتبار أن المظهر التطبيقى لعلم او فن الخدمة الإجتماعية يجعل علم الإجتماع دون مستوى العلم ، وأدنى من العلوم الاخرى .

والواقع غير ذلك – إن الهدف الرئيسى من علم الإجتماع هو الحصول على المعلومات الوقائع الإجتماعية ودراستها دراسة تحليلية وضعية علمية صحيحة بقصد اكتشاف القوعد والقوانين التى يمكن الإعتماد عليها فى الكشف عن الظواهر الإجتماعية والتنبؤ بما سيحدث فى المسقبل ، أما الخدمة الإجتماعية فهى علم أو فن تطبيقى يهدف إلى مساعدة الناس على حل مشاكلهم وتطبيق الوسائل العلاجية لاصلاح عيوب المجتمع . والأخصائى الاجتماعى يمكنه استغلال معلومات وقوانين ونظريات علم الإجتماع من الناحية العلمية فى رسم خططه لتنسيق المجتمع .

ويدلنا تاريخ الدراسة العلمية الإجتماعية – كيف أثرت البحوث الإجتماعية فى جذب أنظار الرأى العام والأخصائيين الاجتماعيين نحو موضوعات ومشكلات اجتماعية كالجريمة والانتحار .. الخ ، ومن أمثلة ذلك دراسة " بوث" فى انجلترا لمستوى الفاقة وما أطلق عليه خط الفقر ، ودراسة " هوارد " فى انجلترا عن السجن والمسجونين ، والدراسة التى قام بها "رايس " فى نيويورك عن مستوى المعيشة المنحط

لدى آلاف السكان فى تلك المدينة . وكان لهذه الأبحاث والدراسات أثرها الواضح فى جذب أنظار المصلحين الاجتماعيين وتنمية الوعى إزاء مسائل ومشكلات إجتماعية ، كان يمكن أن تظل كما هى وبدون علاج . ومن هنا فإن علم الإجتماع يختلف فى تعريفه عن علم الخدمة الإجتماعية وإن كان بينهما رباط وثيق.

ويميل الغربيون إلى القول بأن علم الإجتماع – فى نظر علماء العالم الاشتراكى أو الشيوعى – وسيلة لتحقيق الاشتراكية أو الشيوعية أو تنفيذ سياسة اقتصادية ترمى إلى تحقيق العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص ومبنى هذا نظرة علماء المجتمعات الاشتراكية والشيوعية إلى علم الاجتماع على أنه وسيلة لإيقاف تيار البورجوازية[1]

ويرد على ذلك بأن الاشتراكية أو الشيوعية أو الأيديولوجية البورجوازية هى عقائد ومذاهب اقتصادية – حقيقية أنها ذات فائدة وارتباط بعلم الاجتماع ، لأن العقائد الاقتصادية إنما هى مظهر ثقافى فى المجتمع ، ولكنها تختلف عن علم الاجتماع من حيث الهدف والمنهج . إن العقيدة الإقتصادية هى مذهب وبرنامج للتقويم او الإصلاح الاقتصادى بينما علم الاجتماع هو محاولة لفهم السلوك الإنسانى .

ويعتبر البعض علم الإجتماع رسم وتخيل لمجتمع مثالى ، أو يلصقون بكلمة اجتماعى كل ما نقول وما نكتب عن السياسة والأخلاق ، أو يخلطون فى ثنايا كلمة "اجتماع" بين "العلم " و" الفن " ، أو قد يلقبون العالم الاجتماعى بأنه كل مثالى أو مصلح دينى . والحقيقة أن مجال وتعريف علم الاجتماع يختلف عما سبق ذكره .

أما علماء الاجتماع فقد تعددت تعريفاتهم "لعلم الإجتماع" طبقا لوجهة نظر واتجاه ومذهب كل منهم . وقد مالوا جميعا إلى التعريف المختصر ، وهو أن علم الاجتماع : "علم المجتمع " باعتبار أنه العلم الذى يختص بكل ما هو إنسانى إجتماعى أو بكل ما يتعلق بالانسان من الناحية الاجتماعية ، وكل ما يتعلق بالمجتمع من الناحية الإنسانية ، ذلك أن المجتمع عبارة عن سلوك أى جماعة مكونة من اعضاء يحيون حياة

---

1 – perer worsley . introduction to sociology .p.19.

متساندة ووسيلتهم فى ذلك التفاعل والعلاقات المتبادلة . ويعتبر " جورج لندبرج"[1] من أبرز من أخذ بهذا التعريف .

وعرف " أوجبرن **Ogburn** " و" نيمكوف **Nimkoff** " علم الاجتماع بأنه "الدراسة العلمية للحياة الاجتماعية". ويقولان أن الحياة الاجتماعية تقوم على التفاعل ، والتفاعل يؤدى إلى التنظيم الاجتماعى الذى يؤدى بدورة إلى خلق أشياء كثيرة كالمبانى والموسيقى والأخلاق والآلات – أى خلق الثقافة . وعلى هذا فإن الجماعات والمجتمعات تكون موضوعا صالحا لعلم الاجتماع . وعلم الاجتماع فى نظرهما هو العلم الذى ينبغى أن يعالج الخصائص المشتركة بين الجماعات والمجتمعات المختلفة. وواضح أن أوجبرن ونيمكوف يتفقان مع لندبرج فى أهمية الجماعة والتفاعل ولكنهما يضيفان التنظيم الاجتماعى، كما انهما يتفقان معه أيضا فى اعتبار الثقافة (نتيجة التفاعل المنتظم) جزء لا يتجزأ من الحياة الاجتماعية.

ويرى روبرت ماكيفر **R . maciver** أن علم الاجتماع يعنى العلاقات الاجتماعية، ونحن نطلق على هذه الشبكة من العلاقات الاجتماعية الكلمة الاصطلاحية: المجتمع. فمثلا تدرس الأنثروبولوجيا الثقافية الإنسان (وعلى الأخص الإنسان البدائى) متناولة مجمل نشاطه وإنتاجه من فنون ووسائل مادية وأساطير وخرافات.

ويدرس علم الإقتصاد الإنسان كساع وراء جمع الثروة أو متصرف فيها بالانفاق. ويدرس علم التاريخ سجل حياة الإنسان مرتبا أحداثه الهامة ترتيبا زمنيا . ويدرس علم النفس الإنسان من حيث كونه فردا ذا سلوك . وأما علم الاجتماع فانه يدرس العلاقات الاجتماعية ذاتها أو المجتمع نفسه .

وقد اهتم " ماكيفر " أساسا بالعمليات التحليلية الاجتماعية ، وخاصة فى تعامله مع كثير من مصطلحات التى عرفت حديثا فى علم الاجتماع – كالمجتمع **society**

1–د . محمد عاطف غيث. علم الاجتماع – النظرية والمنهج والموضوع. ص 132 وما بعده .

والمجتمع المحلى **community** والنظم **I nstitutions** والاتجاهات **attitudes** والطبقة الاجتماعية **class** والجمهرة **mass** هادفا من ذلك عدم الخلط بينها .

وفى رأى ماكيفر أن علم الإجتماع لا يدرس الثقافة إلا فى أضيق الحدود ، وعندما يكون ذلك ضرورة ، ويبرر وجهة نظره قائلا : أننا فى علم الاجتماع لاندرس الدين كدين ولا الاختراع كاختراع . وحقيقة الأمر غير ذلك فدراسة التغير الاجتماعى دليل أكيد على أنه لا يمكن لعالم الاجتماع أن يدرس التغير دون أن يركز على أهم عوامله وهى الثقافة .

أما " سوروكن " فيرى أن علم الاجتماع هو " دراسة الخصائص العامة المشتركة بين كل انواع الظواهر الاجتماعية " . وفى رأيه أن علم الاجتماع هو علم عام وعلم خاص فى نفس الوقت ، فهو عام لأنه يدرس الخصائص العامة المشتركة بين الظواهر الاجتماعية والثقافية – أى العالم الثقافى الاجتماعى ككل . وهو خاص لأن دراسة هذه الخصائص تقتضى تخصصا لا يقل عن تخصص علم الطبيعة أو علم الاقتصاد ، فهو يدرس هذه الخصائص فى اتجاه معين كالإتجاه الاقتصادى أو السياسى أو النفسى او الإجرامى أو القانونى أو الأخلاقى أو الدينى أو العمالى أو الحضرى أو القروى ...الخ . وفى ضوء هذا فإن علم الإجتماع عند سوروكن ينقسم إلى علوم اجتماعية خاصة يتناول كل منها نوعا معينا من الظواهر.

وقد اهتم سوروكن بالثقافة حتى أنه عرف علم الإجتماع مرة أخرى بأنه (العلم الذى يدرس الثقافة الاجتماعية) . وقد دعاه هذا إلى أن يقول أن الحقيقة الاجتماعية ذات أبعاد ثلاث متداخلة هى الشخصية **Personality** والثقافة **Culture** والمجتمع **Society** .

وأبرز جونسون أهمية التفاعل الاجتماعى – ويتناول علم الاجتماع عنده دراسة الجماعة من حيث الصور أو نماذج تنظيمها الداخلى والعمليات التى تميل إلى استمرار أو تغيير هذه الصور التنظيمية للعلاقات الاجتماعية . والعلاقات تختلف عن التفاعلات المؤقتة مثل تبادل التحيات ، وكل الجماعات عبارة عن علاقة اجتماعية ،

ولكن ليس كل العلاقات الاجتماعية جماعات . ونظرا لأن الثقافة تهيئ وتعدل وتغير عددا كبيرا من مطالب وأنشطة الإنسان ، فإن جونسون يهتم بدراستها خاصة لما لها من تأثيرات جوهرية هامة كالتنشئة الاجتماعية . ويتضح من ذلك أن جونسون يعرف علم الاجتماع فى ضوء العمل الاجتماعى الهادف الذى يتحول لبلوغ غايته داخل جماعة .

وجملة القول – فان اصطلاح علم الاجتماع مشتق من كلمتين ليسا كالعادة من أصل يونانى كما هو الحال فى كلمة علم الحياة **Biology** أو كلمة علم النفس "**Psychology**" ، وإنما اشتق من كلمة لاتينية **Socius** وتعنى رفيق أو رابطة أو مجتمع ، وأخرى يونانية **Logos** وتعنى علم أو منطق أو دراسة على مستوى عالى . ومن هنا فإن كلمة الاجتماع تعنى علم المجتمع أو علم الدراسة المجتمعات الإنسانية – أى بحث مضمون تلك العبارة الأرسطية القائلة بأن الإنسان حيوان سياسى .

فعلم الإجتماع يدرس التأثيرات والعلاقات الإنسانية المتبادلة . والناتجة عن كون الإنسان كائن اجتماعى – أى يعيش فى جماعة . ولا يستطيع أن ينعزل عن اقرانه او يعيش منفرداً، فهو يقضى معظم أوقاته مرتبطا بهم وعلى علاقة معهم ، ولا تضفى عليه إنسانيته إلا بفضل مشاركته فى المجتمع ومساهمته فى تيار الحياة الاجتماعية [1] . ولو جردنا الإنسان من لغته ودينه ومعتقداته وأزيائه وهى التى يكتسبها من المجتمع ، فسوف لا نراه إنسانا وإنما نتصوره وحشا من وحوش الغاب ، فالمجتمع هو العلة الأولى فى تحويل الإنسان من كائن بيولوجى أو كائن عضوى حيوانى إلى الإنسان ككائن مثقف . الإنسان إذن عضو فى جماعات اجتماعية منظمة ، فى بعضها يكون ارتباطه بها شديداً ودائماً كما فى حالة الأسرة ، حيث تكون العلاقة مباشرة – علاقة الوجه **face to face** – ويعرف كل فرد الآخر . وفى بعضها الآخر يكون ارتباطه بها عرضيا ولا شخصيا مثل ارتباطه بأفراد مجتمعه فى القرية أو المدينة ، حيث لا نستطيع أن نزعم أنه

1- Barger Peter Luckman, The Social Construction of Reality ,p.28.

يعرف جميع سكان قريته أو مدينته . ومع ذلك فالحقيقة أنه تربطه بهم لغة واحدة ومصالح مشتركة ونظرة متطابقة تقريبا للحياة ، كما تربطه مصدر ولاء وانتماء لهذا المجتمع ، كما يعتمد هو وبقية أفراد المجتمع على حكومة قومية مشتركة تحميه هو وهم وتوفر لهم سبل العيش . وتنتج عن هذه المعيشة سويا جماعات ونظما اجتماعية لها قواعد منظمة ومنمطة نجمت عن تجارب الإنسان خلال حياته وعمله فى الجماعات والنظم وهى أساسا لموضوع علم الاجتماع .

فهو يدرس الحياة الجمعية للإنسان بجميع أشكالها ونظمها كالنظم السياسية الاقتصادية والعائلية والتربوية والتى تنصب فى قوالبها العلاقات والتأثيرات الإنسانية المتبادلة ، وهو بهذا المعنى إنما يربط بين العلوم الاجتماعية كما يدرس أوجه النشاط التى يحافظ الناس على وجودهم خلال صراعهم من أجل البقاء – من تعاون وتنافس وصراع وكذا عناصر التراث الاجتماعى والتنظيمات والقواعد التى تحدد علاقات الناس بعضهم ببعض من معرفة وعقيدة وفن وأخلاق وتقاليد وعرف وقيم، وهى التى تتسم بصفة العمومية حيث تنتشر بين جميع أفراد المجتمع أو على الأقل بين الغالبية العظمى منهم ، واكتسبها الناس من خلال معيشتهم مجتمعين ، وتكوين ما يسمى بالوعى الجمعى La Conscience Collective [1] ، وتشكل مجموعة المعتقدات والعواطف هذه نسقا محددا له أسلوبه الخاص .

ويعنى علم الإجتماع بالإدارة والهدف – أى السلوك الهادف ، ومثل هذا السلوك الهادف لا وجود له فى علم الطبيعة أو علم البيولوجيا ، بل وحتى علم النفس ، إذ يتعامل علم النفس مع كائن حى أقل درجة ونوعا من الإنسان ويدرس علم الاجتماع كذلك تجمع الجماعات المختلفة واستيطانها وعلاقة الإنسان بالبيئة التى تحيط به ، وكذا نسبة المواليد الوفيات . ومتوسط عمر الإنسان . كما يقوم هذا العلم بتحليل المشاكل الاجتماعية ومعرفة أسبابها ونتائجها .

1- Gilbert Durand, Des Grands Textes de la Sociologie Modern .p.22.

وتبين من ذلك أن علم الاجتماع يدرس الظواهر التى تنشأ عن وجود الإنسان فى المجتمع . ومن ثم فهو ليس بفلسفة اجتماعية ، لأنه لا يتعرض ولا يقترح ما ينبغى أن يكون . وإنما يتعرض للظواهر الكائنة بالفعل ، أو التى كانت موجودة فى الماضى . وهو فى هذا إنما يسير على نفس النهج الذى تسير عليه العلوم الطبيعية ، أى أن الدراسة فيه تكون دراسة تحليلية وضعية تهدف إلى ستنتاج القواعد والقوانين التى تفسر الحياة الاجتماعية تفسيرا شاملا ، وتخضع لها الوقائع الاجتماعية .

وفى هذا المجال نذكر أن " ليتريه " [1] قد عرف علم الإجتماع فى قاموسه بأنه: علم تقدم المجتمعات الإنسانية . ونعترض على كلمة تقدم بأنها تعبر عن فلسفة متفائلة فهذا التعريف يميل إلى ناحية الفلسفة لا إلى ناحية العلم الوضعى الذى يبحث فيما هو كائن فعلا .

جدارة علم الإجتماع كعلم :

نشير هنا إلى أننا اعتبرنا " علم الاجتماع " علما وصل إلى مصاف العلوم الأخرى ، بينما يرى البعض أن علم الاجتمع أدنى مرتبة من تلك العلوم ، وأنه مجرد تجميع غامض لحقائق غير مترابطة . ويرد على ذلك بأنه – ومع أن المادة التى يدرسها عالم النبات أو عالم الطبيعة أو الكيميائى تختلف اختلافا كبيرا عن المادة التى يدرسها عالم الاجتماع ، إلا أن هدف ومنهج كل من علم الاجتماع ، وعلوم الطبيعة واحد ، ذلك هو تفهم المادة موضوع الدراسة واستخدام المنهج الموضوعى العلمى وهو المنهج المستخدم فى علوم الطبيعة. كذلك فإن علم الاجتماع يماثل العلوم الطبيعية من زاوية أنه يقوم بالاكتشاف والتفسير – أى يكتشف الحقائق الجوهرية للسلوك الاجتماعى والارتباط بين هذه الحقائق ثم يقوم بتفسيرها .

وربما يرجع السبب فى إلصاق هذه التهمة بعلم الاجتماع إلى أنه علم حديث نسبيا وإذا كان له تاريخ طويل ففى خلاله لم يكن بعلم وإنما كان فلسفة اجتماعية . كما

1- د. رينييه – المدخل إلى علم الاجتماع – ترجمة د. السيد محمد بدوى ص 8 .

يرجع السبب كذلك إلى أن علماء الاجتماع أنفسهم لم يحاولوا أن يبينوا ويثبتوا أن علمهم إنما هو جدير بالعلم ويقف بين مصاف العلوم الأخرى .

ومن ناحية أخرى – فإنه يتوفر لعلم الاجتماع الشروط التى تجعل منه علما – وهى نفس الشروط المتوفرة فى العلوم الأخرى ، واهمها ما يأتى :-

1- وجود طائفة من الظواهر يتخذها العلم موضوعا للدراسة والبحوث .

2- خضوع هذه المجموعة من الظواهر لمنهج البحث العلمى .

3- الوصول على ضوء مناهج البحث إلى مجموعة من القوانين العلمية .

المواضيع التى يدرسها علم الإجتماع :

علم الاجتماع هو الأسلوب العلمى لتحليل العلاقات الاجتماعية ، فهو يدرس ويحلل ويفسر العلاقات الاجتماعية ، وهو لايقتصر على مجرد تجميع لأحداث أو وقائع عشوائية غير مترابطة ، وإنما يفحص المجتمع كنظام قائم له تنظيمات منمطة.

ويمكن تلخيص المواضيع والمجالات التى يدرسها علم الاجتماع فى الآتى :-

1- دراسة الجماعات الاجتماعية وهى التى ينتمى إليها الناس ، وهى المادة الهامة التى يتم من خلالها التفاعل وتنبثق منها الشخصية ، ولا شك أن الفرد طوال حياته ينتمى إلى عديد من الجماعات كالأسرة والمدرسة وجماعة الأصدقاء والنادى ... وغيرها ، وهذا بطبيعة الحال عدا انتمائه إلى الجماعة الكبيرة كالمجتمع . وتعتبر الجماعة نسقاله بناء معين مكون من أجزاء ، وكل جزء له وظيفة معينة فى ضوء الوظيفة الكلية.

2- دراسة النظم والظواهر والحقائق الاجتماعية التى تنشأ عن حياة الإنسان داخل المجتمع وتصنيفها ، ودراسة الظروف التى تطورت فيها . ولا شك أن كل مجتمع له نظمه الخاصة التى قد تتفق أو تختلف مع غيرها من نظم سائدة فى مجتمعات أخرى، ويحدد علم الإجتماع العلاقة بين النظام الاقتصادى والنظام السياسى أو العلاقة بين النظام الأخلاقى والنظام الدينى أو القانونى . كما يكشف لنا عن الوظائف الاجتماعية للنظم والظواهر .

3- دراسة العمليات الاجتماعية وهى عبارة عن الأفعال الاجتماعية مثل التعاون والتنافس والصراع ....الخ .

4- دراسة الثبات الاجتماعى والتغيير الاجتماعى والمشكلات الاجتماعية والعوامل التى تساعد على حدوث ذلك .

5- دراسة التراث الاجتماعى الذى يتركه السلف للخلف من لغة وسلوك وعادات وعرف وتقاليد .

6- دراسة الثقافة وهى نتاج العقل الإنسانى من تفكير وأدب وفن وتكنولوجيا ، كما أنها نتاج تاريخ طويل وتحوي تجارب الماضى .

7- دراسة الشخصية وهى موضوع التفاعل الاجتماعى فى المجتمع ، فما المجتمع إلا مجموعة شخصيات متفاعلة – على أن لا يفهم من ذلك الشخص الموجود فى حشد أو جمع .

وعلى أن تكون دراسة هذه المواضيع دراسة علمية واقعية وضعية تحليلية تستهدف الوصول إلى القوانين والنظريات الاجتماعية التى تخضع لها الظواهر الاجتماعية . وهو نفس المنهج المتبع فى دراسة العلوم الطبيعية .

فوائد علم الإجتماع :

تقدم علم الاجتماع تقدما كبيرا فى السنوات الخيرة وأصبحت فائدته والحاجة إليه كعلم يدرس الحياة الاجتماعية ماسة وتزيد سنة بعد أخرى ، وتوقع الناس منه خيرا وفائدة للمجتمع ، فالتقدم الهائل فى العلوم والفنون والتكنولوجيا خلال هذا القرن أدى إلى تغييرات فى العلاقة الاجتماعية والأخلاقية ، وأحدث الكثير من المشكلات الاجتماعية كما ادى إلى إعادة توزيع السكان ، ولاشك فإن علم الاجتماع هو العلم الذى يستطيع أن يقدم لنا الدراسة والبحث والتحليل والقوانين والنظريات التى تحكم هذه التغييرات، وتكون أساسا لرسم السياسة الاجتماعية من أجل تكيف الفرد مع مجتمعه. وعليه فقد أصبح علم الاجتماع ميدانا واسعا للدراسة فى معظم المناهج

لدراسية وأنشئت أقسام لعلم الاجتماع فى الجامعات والكليات والمعاهد فى مختلف بلدان العالم. وهو يدرس بتوسع وتركيز للمتخصصين ، كما يدرس فى برامج التعليم العام لغير المتخصصين حتى يلم به الطلاب. ولعلم الاجتماع فوائد بالنسبة للفرد وبالنسبة للمجتمع .

فوائد علم الاجتماع بالنسبة للفرد :

يفيد علم الاجتماع الفرد فى أنه يجعله يدرك المعانى والقيم والاتجاهات المختلفة المتصلة بالنظم الاجتماعية التى يقوم عليها مجتمعه ، الأمر الذى يعينه على تكييف حياته الأسرية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وفق مصطلحات المجتمع وقوميته . كما يفيد علم الاجتماع فى تعريف الفرد بالمشكلات الاجتماعية ويتفهم دوافعها ونتائجها مما قد يعينه على الإسهام فى علاجها بقدر المستطاع .

وذلك كأن يتعرف الفرد على التغييرات المستمرة فى نسب المواليد والوفيات، والزيادة المتوقعة فى عدد السكان، والتغيرات المضطرة فى الموارد الإنتاجية مما يجعله يستطيع أن يكيف نفسه وحياته العائلية مع تلك التغيرات حتى يستطيع أن يعيش فى مستوى اقتصادى واجتماعى لائق، كما يعرف أفراد المجتمع على نظم المؤسسات الاجتماعية المختلفة ووظائف وأسلوب عملها وعلاقة بعضها ببعض مما قد يعينه على معرفة حقوقه وواجباته إزاءها فينتفع ويساهم فى أوجه نشاطها. ويحتاج الفرد فى المجتمع المعقد إلى التعرف على النظم أو العادات والتقاليد والقوانين السائدة فى المجتمعات الأخرى حتى يسهل عليه أن يقارن مجتمعه بتلك المجتمعات الأخرى .

فوائد علم الاجتماع بالنسبة للمجتمع :

يساعد علم الاجتماع على معرفة عادات وتقاليد المجتمع ، ثم يقارنها بعادات وتقاليد مجتمعات أخرى ، ويوضح الأسباب التى عملت على تكوين تلك العادات والتقاليد ، وهو بذلك إنما يكشف عن حقائق تتعلق بالمجتمع ، ومن ذلك أن علم الاجتماع قد أوضح أنه لا علاقة ولا ارتباط بين الجنس والذكاء ، وتلك أمور خلقها الساسة الاستعماريون فى العديد من المجتمعات . كذلك يبحث علم الاجتماع فى موارد

المجتمع الحيوية والطبيعية والمالية ، وعن طريق هذه الأبحاث يرسم ولاة الأمور فى المجتمع الخطط اللازمة لتنسيق المجتمع ورفاهيته وتقدمه .

فإذا درس عالم الاجتماع السكان فإنه يزودنا بحقائق عن معدلات المواليد والوفيات وزيادة أو نقص السكان فى المجتمع الذى نقوم بدراسته ، ثم يأتى ببيانات عن هذه الحقائق لنفس المجتمع ولفترة ماضية . وحينئذ يمكن الإشارة إلى أى اتجاه تتغير معدلات السكان خلال السنوات المختلفة وفى ضوء هذا يضع ولاة الأمور أو المصلحون الاجتماعيون خططا لمواجهة الزيادة السكانية فى المستقبل .

كذلك فإن علم الاجتماع يبين لولاة الأمور أهم المشكلات الاجتماعية القائمة وأسبابها ، فمثلا يكشف عن أسباب ازدياد الجريمة والطلاق والتشرد ...الخ ، وبذلك تتخذ تلك الأبحاث أساسا لعمل ولى الأمر والمصلح الاجتماعى والاخصائى الاجتماعى فيستعينون بها ، ويرسمون خطط السياسات الاصلاحية الاجتماعية على أسس علمية مبنية على الحقائق ومدعمة بالاحصاءات .

الظواهر الإجتماعية :

تعريف الظواهر الإجتماعية :

الظواهر الاجتماعية هى موضوع دراسة علم الاجتماع ، إذ المجتمعات الإنسانية ليست غير مركبات من الظواهر الاجتماعية – تقاليد وعادات ونظم . وقد دعى هذا بعض العلماء إلى تعريف علم الاجتماع بأنه : العلم الوضعى الذى يدرس الظواهر أو النظم أو العلاقات أو الأنماط الاجتماعية دراسة تحليلية وضعية .

وإذا أردنا أن نعرف الظواهر الاجتماعية تعريفا دقيقا ، يجدر بنا أولا أن نميزها عن غيرها من الظواهر الأخرى . فهناك نوعين من الظواهر فى العالم ، ظواهر غير إنسانية Naturels وهى التى تختص بالعالم المادى ، وظواهر إنسانية Humans وهى تختص بالإنسان [1] .

1– د. حسن شحاته سعفان . أسس علم الاجتماع ص ص 12– 13 .

أما الظواهر الطبيعية فهى تنقسم إلى ظواهر فيزيقية Physical وهى التى تتعلق بالعالم المادى من كثافة وحجم وثقل ...الخ ، وظواهر كيميائية Chemical وهى تتعلق بالتفاعلات الموجودة بين العناصر إذا أضيفت بعضها إلى بعض تحت ظروف خاصة ، وظواهر كونية وهى تتعلق بحركات الأجرام السماوية والأرضية والشمس والقمر ...الخ

ومن البديهى أن الظواهر بعيدة عن الظواهر الاجتماعية [1] ، **فهى أولاً : لاتتعلق** بالإنسان، **ثم هى ثانية:** عامة بالنسبة للعالم ولا تختلف من مجتمع لآخر.

أما المجموعة الثانية من الظواهر الإنسانية فهى ليست جميعها اجتماعية. إن كل فرد فى أى مجتمع يشرب وينام ويأكل ويفكر ، وللمجتمع كل الفائدة فى أن يؤدى كل فرد من أفراده هذه الوظائف التى تمارس بطريقة رتيبة . وإذا كانت هذه الوظائف جميعاً اجتماعية ، فإن علم الاجتماع لا يكون موضوعا خاصا بذاته، ولأختلطت موضوعاته ومجالات بحثه بعلم النفس وعلم البيولوجيا [2].

ولتفسير ذلك نذكر أن الظواهر الإنسانية أى المتعلقة بالإنسان ، تشمل ثلاث ظواهر فسيولوجية Physiological ونفسية واجتماعية .

وتختص الظواهر الفسيولوجية بالعمليات والوظائف التى تشكل الأفراد من حيث الجسم واللون والأكل والشرب والهضم والتوالد والنمو ...الخ ، وهى تدخل مجال علم الحياة . وللتمييز بينها وبين الظواهر الإجتماعية ، نذكر أن الأولى هى عملية الأكل والشرب ، فى حين أن الثانية هى طريقة الأكل والشرب وألوانه ، فالناس يختلفون فى طريقة المأكل فبعضهم يأكل على خوان وآخرون يفترشون الأرض .

وفى هذا الخصوص كتب " تارد" M.Tard يقول : إن مايأتيه الإنسان من أفعال دون أن يكون ناقلا عن شخص آخر ، كالمشى والبكاء والأكل والزواج ،هى

1-نفس المرجع ص 5 .

2 - Emile Durkheim , Les Regles de la Methode Sosiologique p .8.

أفعال حيوية محضة : أى تقتضيه حياة الفرد ، غير انه إذا مشى بخطوة معينة ، أو أنشد أغنية او فضل أصناف الطعام الوطنية وتناولها بطريقة مهذبة ، أو غازل امرأة بطريقة العصر ، كل هذه الأشياء تعتبر أفعالا اجتماعية .

أما الظواهر النفسية فهى التى تختص الإنسان من حيث هو فرد حى مفكر ، وهى تتعلق بعمليات التفكير ، والإدراك فى الفرد . والضحك والبكاء والإحساس بالجوع والشعور بالألم ، وهى تدخل فى مجال علم النفس ، وهى كذلك ظواهر فردية لأن الأفراد يقومون بها منفصلين الواحد عن الاخر ، كما لا تختلف من مجتمع لآخر ، وليس مصدرها المجتمع .

ويظهر الفرق بين الظواهر الإجتماعية ، والظواهر الفردية فى أنه يحدث فى الأولى حين يتظاهر الأفراد أو يجتمعون فإنهم يقومون بأعمال همجية. فإذا انفض الجمع وكفت العوامل الاجتماعية عن التأثير فينا ، بشعورنا ، والأعمال الهمجية التى قمنا بها ونحن مجتمعين تبدو لنا غريبة ، بل قد نستنكرها ونستبعد أن يحصل ذلك منا[1].

إنه إذن الحماس الذى يوجده الاجتماع والنفسية التى تسيطر على الجماهير ، وهى التى تنتج من تفاعل أفكار وآراء الأفراد مجتمعين ، وهى التى تقودهم إلى تلك الأعمال بشكل لا شعورى .

فالظواهر أو التصورات الجمعية — إنما تترجم لنا الطريقة التى يفكر بها الكل الاجتماعى ومن ثم يتمايز الوعى الجمعى عن الوعى الفردى إزاء الموقف الموضوعى من العالم . والظواهر الاجتماعية هى التى يشعر الفرد بموجبها أن كيانه متوقف على معيشته مع غيره فى مجتمع معين ، فسلوكه وتصرفاته مبنية على القواعد والنظم التى اقتضاها المجتمع لنفسه ، ففى كل مجتمع يوجد طائفة معينة من الظواهر التى يدرسها علم الإجتماع .

1– ر.م. ماكيفر – الجماعة – دراسة فى علم الإجتماع . ص ص 21– 22.

فحين أؤدى واجباتى نحو أخى ، أو واجبى كزوج أو مواطن ، أو حين أنجز العهود والمواثيق التى أبرمتها مع غيرى ، فإننى أقوم بواجبات خارجه إرادتى ، واجبات حددها العرف والقانون على الرغم من أنها قد تتعارض مع عواطفى ورغباتى الشخصية . وعلى الرغم من أننى أشعر بحقيقتها داخليا ، إلا أنها تظل كذلك خارجة عنى ، لأننى لم أصنعها ، ولكن تلقيتها عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية . فكم من مرة ، وحين نجهل تفاصيل واجباتنا التى يجب أن نلتزم بادائها ، ومن أجل أن نقف على حقيقتها ، نلجأ إلى استشارة رجال القانون ومفسريه .

كذلك الأمر فيما يخص العقائد وممارسة الطقوس الدينية وهى موجودة فى المجتمع قبل ميلاد الفرد ، وهذا يعنى أنه خارجة عنه ، وانه ليس السبب فى وجودها . وينطبق نفس الحال على الألفاظ التى تستخدمها للتعبير عن الأفكار ، والأموال المستحقة فى قضاء الديون، والوسائل الاقتصادية التى تستعمل فى العلاقات التجارية ، وممارسات العرف فى المهنة — جميع هذه الأمور تستقل عن طريقة استخدام الفرد لها وإذا ما استعرضنا تلك الأمور ، وجدنا أنها تتكرر بواسطة كل فرد من أفراد المجتمع.[1]

إذن نحن فيما يتعلق بالظواهر الاجتماعية نجد أنفسنا أمام مجموعة من الظواهر لها صفات خاصة وسمات معينة ، وهى من جنس قائم بذاته ، ولا تتجلى فيه الملامح الجزئية لخصائص الأفراد، حيث يفقد الأفراد كل مايميزهم كأفراد . وتنشأ تلك الروح الجديدة التى تميز هذا الكل الجمعى . إننا إذن أمام ضرب من السلوك والشعور تمتاز بخاصية ، هى أنها توجد خارج شعور الأفراد ، وأنها تمثل قوة آمرة قاهرة تسيطر على الفرد سواء أراد أو لم يرد. حقيقة قد لا يشعر الفرد بهذا القهر بسبب تعوده على أداء تلك الظواهر الاجتماعية، ولكن هذا لايحول دون اعتبار القهر خاصية تتميز بها الظواهر الاجتماعية. ويؤكد القهر وجوده إذا ما حاول فرد خرق الظاهرة الاجتماعية، فإن أساليب القواعد القانونية تتصدى لمقاومته بشتى الصور .

1- Emile Durkheim op .cit.p.4.

ويعرف إميل دوركايم[1] الظواهر الإجتماعية بأنها عبارة عن نماذج من العمل والتفكير والإحساس التى تسود مجتمعا من المجتمعات . ويجد الأفراد أنفسهم مجبرين على إتباعها فى عملهم وتفكيرهم ، بل وهى تفرض على إحساسهم .

وفى مجال آخر يعرف دور كايم[2] الظواهر الإجتماعية بأنها : هى كل ضرب من السلوك ، ثابتا كان أو غير ثابت يمكن أن يباشر نوعا من القهر الخارجى على الأفراد، أو هى سلوك يعم فى المجتمع بأسره ، وكان ذا وجود خاص مستقل عن الصور التى يتشكل بها فى الحالات الفردية .

والظواهر الاجتماعية والتيارات الكلية التى تسود المجتمع تنشا نتيجة لتفاعل أفكار الأفراد وتشابك آرائهم ، وهذا التفاعل يؤدى إلى وجود عقل جديد يختلف عن عقول الأفراد – هو العقل الجمعى group mind الذى هو مصدر التيارات الإجتماعية والعواطف وانواع الشعور الاجتماعية ثم الظواهر الإجتماعية .

ويدلل إميل دور كايم [3]. على صحة تعريفه للظاهرة الإجتماعية ، فيقول أنه يكفى أن تقوم بملاحظة الطريقة التى تتبع فى تربية الصغار ، لترى لأول وهلة أن جميع أنواع التربية تنحصر فى ذلك المجهود المتواصل الذى نرمى به إلى أخذ الطفل بألوان من الفكر والعاطفة والسلوك التى ما كان يستطيع الوصول إليها لو ترك هو وشأنه ، وبيان ذلك أننا نضطره منذ حداثته إلى الأكل والشرب والنوم فى ساعات معينة ونوجب عليه النظافة والهدوء والطاعة ثم نجبره على التعليم ، وعلى مراعاة حقوق الآخرين – وعلى إحترام العادات والتقاليد .

كذلك نوجب عليه العمل وغير ذلك من الأمور ، وإذا لم يشعر الطفل بهذا القهر كلما تقدم به العمر فإن السبب فى ذلك يرجع إلى أن القهر يخلق لديه شيئا فشيئا

1- د. حسن شحاته سعفان . أسس علم الاجتماع ص 42

2- إميل دور كايم . قواعد المنهج فى علم افجتماع – ترجمة د. محمود قاسم ص 46-47 .

3- نفس المرجع السابق ص 36.

بعض العادات والميول الداخلية التى تجعل القهر عديم الفائدة، ومع ذلك فإن هذه العادات لا تحل محل القهر إلا أنها تصدر عنه.

ويضيف إميل دور كايم [1]: أن أية ظاهرة إجتماعية لا يمكن إلا أن تكون إجتماعية . بمعنى أنها تنحصر فى بعض النتائج المفيدة إجتماعيا .

ومن الملاحظ أن دور كايم اهمل فى هذا التعريف ذكر الظواهر الإجتماعية المادية " المورفولوجية " مثل قيام المدن ، نشاها ، إختيار موقعها وتخطيط القرى ، وتوزيع السكان عليها والتخلخل والكثافة السكانية والهجرة .إلا أنه ذكر أن هذه الظواهر هى من جنس الظواهر الإجتماعية ، أى أنها تجرى وفقا لقوانين وأساليب خاصة ، وهذه الاساليب والاوضاع تسمى كذلك بالظواهر الإجتماعية ، ومن ثم فإن تعريفه ينطبق على المعرف .

أما رينيه مونييه [2] فقد عرف الظواهر الاجتماعية بأنها المظهر المتحد فى الأفكار وفى طريقة الحياة الذى ينشأ عن الناس مجتمعين ، ويمكن إستعمال كلمة أخرى اكثر دقة فنقول أن الظواهر الإجتماعية هى التوافق La conformite' الذى يظهر فى السلوك والتصرفات بين طوائف الناس المختلفة ، أو هى الاصطلاحات المشتركة التى تتكرر وتتضاعف والتى تعبر عن السلطة المفروضة أو المقبولة عن طيب خاطر.والمجتمع هو الوسط المختار الذى تنشأ فيه الظواهر الإجتماعية .

ويظهر التوافق فى خضوع الظواهر الاجتماعية لعامل الأتفاق فى الزمان ولعامل الأتفاق فى المكان. ويظهر التوافق فى الزمان فى صورة وحدة التقاليد فالأجيال السابقة تورث الآجيال اللاحقة عاداها وطرق تفكيرها .أما التوافق فى المكان ، فيظهر لنا فى وحدة اللهجات وإختبار الملبس والذوق فى تأسيس المسكن، والتعلق بأفكار متسلطة ، كل ذلك يتحدد فى دوائر سكنية أو مساحات معينة من الأرض.

1-د. أحمد أبوزيد : البناء الإجتماعى – مدخل لدراسة المجتمع – الجزء الأول – المفهومات ص70

2-رينيه مونييه . المدخل فى علم الإجتماع .ترجمة د . السيد محمد بدوى ص 36 –37 .

والتوافق فى الزمان غير مطلق ، فهو دائما فى مد وجذر. كذلك التوافق فى المكان، فقد لا يتعدى مدى الاصطلاحات الجمعية نطاق القرية وقد تعم الإصطلاحات إقليما بأكمله، كما أن هناك إصطلاحات يتفق عليها جميع سكان الأمة .

خواص الظواهر الإجتماعية:

قام علماء الاجتماع بتعيين خواص وصفات للظواهر الاجتماعية حتى يمكن أن تتميز وأن تستقل عن غيرها من الظواهر الأخرى وبالتالى يتحدد ميدان علم الإجتماع وتبدو أصالته وأهليته بالإستقلال عن غيره من العلوم .

وتتسم الظواهر الاجتماعية بالصفات الاتية :

1- تتصف الظواهر الاجتماعية بأنها إنسانية - أى تختلف عن الظواهر التى تدرسها علوم الرياضة والفلك والطبيعة والكيمياء والبيولوجيا والجيولوجيا والجغرافيا .وهى إنسانية أى يتميز بها المجتمع الإنسانى دون المجتمع الحيوانى على أن يخرج من نطاق البحث الاجتماعى ما يتعلق بالنواحى البيولوجية مثل الأكل والشرب والإنتقال من مكان لآخر ، وما يتعلق بالنواحى النفسية مثل الشعور بالألم والتفكير والتخيل- إذ أن هذه الأخيرة لو أنها إنسانية، إلا انها تخرج بطبيعتها عن الظواهر الاجتماعية .

كذلك فإن الظواهر الاجتماعية ليست وراثية وإنما مكتسبة - أى يكتسبها الفرد خلال معيشة مع أقرانه فى المجتمع ، اما الظواهر التى تبديها الحيوانات فهى عبارة عن استجابات وراثية غير مكتسبة للوسط الذى يعيش فيه الحيوان . ومن ثم تختلف الظواهر الاجتماعية من زمان إلى زمان ومن مجتمع إلى مجتمع آخر.

2- الظواهر الاجتماعية تلقائية - أى ليست من صنع فرد او أفراد ، وليست منبثقة من مصادر فردية أو جزئية ، ولا تستند إلى ما هو خاص أو محدود وهى ليست ظواهر عارضة أو ظواهر طارئة ولم تصدر عبثا أو بطريقة عشوائية ، وإنما صدرت عن الكل الجمعى فهى من صنع المجتمع ومن خلقه ، ونتيجة الحياة الاجتماعية التى يحياها الناس أى تتولد من تلقاء نفسها كلما اجتمع الناس معا فى مجتمع واحد وتشاركوا أو تعاونوا وتبادلوا آرائهم ، واتفقت وجهات نظرهم ، وتربطت وتشابكت مصالحهم ،

وتفاعلت وجداناقم ومشاعرهم ، واتحدت رغباقم وآراؤهم الخاصة ، فهى لم تكن لتوجد لو ظل الأفراد بعيدين الواحد عن الآخر.ولتوضيح ذلك نذكر أن النظم الدينية، والمثل الأخلاقية ومعايير الخير والشر ، والفضيلة والرذيلة والنظم الأسرية والقضائية والسياسية والاقتصادية لا يتدخل الفرد فى صنعها ، بل نشأ فوجدها سابقة لوجوده .

3- تمتاز الظواهر الاجتماعية بأنها مزودة بصفة الجبر والإلزام – أى تمارس نوعا من القهر الأخلاقى ، فهى تفرض نفسها على الفرد باعتبارها صدرت عن الكتلة الجمعية ، والفرد يجبر على الأخذ بها سواء أراد أو لم يرد ، ومن يخرج عليها يلقى مقاومة عنيفة بالجزاء المادى أو التحقير الاجتماعى ، فإذا اعتدى شخص على شخص أو ضربه او امتهن حرمة مسكنه تعرض لطائلة القانون فيحكم عليه بالسجن أو الغرامة ،وإذا دخل شخص مفطر وسط مجموعة من الصائمين فى شهر رمضان، فمع أنه لا يدخل تحت طائلة القانون لا ينص على عقابه ، إلا انه يتعرض لسخرية الجماعة وتهكمها .

حقا لايشعر الفرد بهذا القهر وذلك الالزام ، ولكن ذلك مرده إلى تردد صدى العاطفة الإجتماعية فى ضمائر الأفراد ولأنه تعود عليها والفها ، فأصبحت عادية بالنسبة له .ويختلف الجزاء الذى يعاقب به المجتمع المخالف للظواهر الاجتماعية فى نوعه ودرجته باختلاف الجرم الذى يرتكبه الفرد فى حق مجتمعه ، فأحيانا يكون العقاب ماديا يفرضه القانون ، وأخرى يكون معنويا أدبيا يفرضه الرأى العام فيحكم على الفرد المخالف لأسلوب وأوضاع الحياة بالتفه والعقم والعبث ، وقد يكتفى بمجرد الاقتراح والنصح لا الإلزام ، وأحيانا يكون العقاب عقائديا ، ويتمثل هذا فى اعتقاد أفراد المجتمع بان الله أو الآلهه ستعاقبهم إذا هم سلكوا سلوكا معينا .

4- إن صفة العمومية generaux des faits هى إحدى السمات الأساسية للظواهر الاجتماعية .ويقصد بالعمومية أن جميع أفراد المجتمع وسائر هيئاته وطبقاته تأخذ بنظام الظاهرة الاجتماعية . فالناس فى المجتمع الواحد يتكلمون لغة واحدة حتى وإن اختلف لهجاقا ، كما يتفق الناس على الزى وعلى طرق معينة فى العمل ويتفقون على مايفضلون ومالا يفضلون . هذا وليس من العسير علينا أن نلاحظ الطوائف

المهنية المختلفة ونرى أن لكل منها زيها وأسلوبها فى الحياة وكل هذا يكاد يكون عاما بالنسبة لأفراد المهن الواحدة ولا يشذ عنهم إلا القليل من أفرادها .

وقد يقصد بالعمومية بالإنتشار La difustion، إذ تنتشر مثلا الظاهرة الاجتماعية فى نماذج إجتماعية معينة فى مجتمعات مختلفة تتشابه الظروف الاجتماعية كانتشار ظاهرة الانتحار بين الأسر المفككة فى مجتمعات مختلفة . كما قد تنتشر الظاهرة فى عدد من المجتمعات التى تتشابه ظروفها الطبيعية والمورفولوجية الاجتماعية . ولتفسير ذلك نذكر أن الظواهر الإجتماعية هى قواعد للسلوك وأوضاع للتفكير والعمل الإنسانى . وهى مشتركة بين عدد وفير من الأفراد أى تلاحظ فى المجتمع وعند طائفة منهم إن لم تكن فى الجزء الأعظم من المجتمع ، وهى تحدث وتتكرر وفق " تردد خاص" على مر الزمن ، ويمكن إحصاؤها وقياسها ومقارنتها ، ومن هنا فإن الاجتماعى والشخصى على طرفى نقيض ، وهما يتعارضان كما يتعارض العام والخاص .

وفى هذا الصدد يذكر رينيه مونييه [1] أن الظواهر الاجتماعية يجب ان تكون قابلة للعد ، إذ أن تكرارها وتعدادها معناه أن لها صفة عددية أو إحصائية ، ويمكن التعبير عنها بالصورة الكمية والمعادلات الرياضية والرسوم البيانية . وقد امكن فعلا صياغة نتائج دراسات اجتماعية وصور كمية ورسومات بيانية ، كازدياد موجات الانتحار فى بعض الظروف الاقتصادية والاجتماعية وازدياد ظواهر الإجرام والتشرد والتسول فى مستويات معيشية معينة .هذا وكلما زاد تكرار الظواهر الاجتماعية كلما كان ذلك دليلا على قوة الاندماج فى الحياة المشتركة وتعبيرا واضحا عن الخضوع لسلطة المجتمع .

إلا أن إميل دور كايم [2] يعترض على تلك الصفة ويقول أن صفة العموم ليست بالخاصة التى يمكن استخدامها فى تعريف الظاهرة الاجتماعية ، ذلك أن الفكرة التى يقوم بها كل عضو من أعضاء المجتمع ليست ظاهرة إجتماعية ، كما أن الحركة التى

1- رينيه مونييه المرجع السابق ص 38 .

2- إميل دور كايم . المرجع السابق ص ص 37-38

يقوم بها كل عضو من اعضاء المجتمع ليست هى الأخرى ظاهرة إجتماعية ، وذلك على الرغم من عموم كل منها .

ويستطرد " دور كايم " قائلا : أنه يعترض عليه بعض الناس فيقول – انه ليس من الممكن أن تكون الظاهرة إجتماعية إلا إذا كانت مشتركة بين جميع أفراد المجتمع أو على الأقل بين الغالبية العظمى منهم – أى إلا إذا كانت عامة – لاشك فى ذلك القول – ولكن الظاهرة لاتكون عامة فى هذه الحالة إلا لأنها اجتماعية بعكس ما قد يفهم من أنها إجتماعية لأنها عامة .

فهى موجودة فى كل جزء من أجزاء المجتمع . ولأنها توجد فى التركيب الكلى الذى ينشا بسبب اتحاد هذه الأجزاء ... مثال ذلك أن العاطفة الاجتماعية التى تنفجر فى حفل ما لاتعبر فقط عن العنصر المشترك بين عواطف الأفراد الذين يضمهم هذا الحفل، وهى نتيجة الأفعال وردود الأفعال التى تحتدم بين ضمائر الأفراد ، فإذا تردد صدى العاطفة الاجتماعية فى كل ضمير فردى على حدة فإن السبب فى ذلك يرجع إلى ما تمتاز به هذه العاطفة من قوة خاصة تستمدها دون ريب من أصلها الاجتماعى .

وفى هذا الصدد يقول الدكتور مصطفى الخشاب [1] : أن الظاهرة الاجتماعية منفصلة عن " تجسداتها الفردية " أى عن صورة انعكاسات فى شعور الأفراد وفى أعمالهم. ويستطرد أنه ليس بلازم أن تتحقق الظاهرة الاجتماعية بصورتها الكاملة فى التطبيقات الجزئية (أى فى الحالات الفردية) والدليل على ذلك انه من الممكن وجود ظواهر دون أن يطبقها الأفراد بالفعل .

5– تمتاز الظاهرة الاجتماعية بأنها تاريخية Historical فهى تمثل فترة تاريخية من حياة المجتمع ، وهى مادة التراث وما يحتويه من عرف وعادات وتقاليد ، وتنتقل من جيل إلى جيل ، ولا تتغير بتغير الأفراد ، فظاهرة شكل الملابس والمساكن التى تسود مجتمعا من المجتمعات، تستند إلى تاريخ طويل حافل بالعادات والتقاليد .

1–د. مصطفى الخشاب علم الإجتماع ومدارسه – الكتاب الثانى – دعائم علم الاجتماع وحقائقه .

ومع ذلك فالظاهرة الاجتماعية ليست جامدة ، بل باقية فى شئ من المرونة يسمح بالتطور ، فمثلا تطورات ظاهرة التداول فى مظهرها من نظام الهدايا والمقايضة إلى نظام المبادلة بالنقود ، ومن الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية.

6- الظاهرة الاجتماعية ليست مثالية ، وإنما تمتاز بأنها واقعية وموضوعية شيئية - اى انها محققة بالفعل فى المجتمع ، ووجودها فى المجتمع مستقل عن شعور الأفراد بها ، وخارج عن ذاتهم . وتحقق هذه الخاصية جدارة علم الاجتماع بان يكون علما ، فالعلم لا يتعامل مع ماينبغى أن يكون وإنما يتعامل مع ماهو موجود ، وكذلك مع من سيكون القائم على ماهو الصواب وماهو الخطأ. ويمكن لعالم الاجتماع - مثلا - أن يدور بحثه حول عدد من الناس يعتقدون فى الله، وأن يتفحص أساليب عبادتهم، ولكنه ليس من مجال بحثه أن يبرهن على وجود الله أو يقررالأسلوب الصحيح لعبادته[1].

وقد قرر " إميل دور كايم " هذه الصفحة حين قال : " يجب دراسة الظواهر الاجتماعية بوصفها أشياء " - قاصدا بذلك أن يقوم الباحث بدراسة الظواهر الاجتماعية دراسة موضوعية بعيدة عن الشعور الذاتى والميول الفردية والأفكار السابقة والنظريات الشخصية .

7- تمتاز الظاهرة الاجتماعية بانها مترابطة ومتشابكة مع غيرها من الظواهر ويؤثر بعضها فى بعض ويفسر بعضها البعض ، فالظاهرة الاجتماعية لا تعمل منفردة أو منعزلة . فمثلا نجد أن الظاهرة الاقتصادية من حيث الدخل تؤثر على الأسرة من حيث مستوى المعيشة ...الخ ، كما تؤثر الحالة الاقتصادية فى ظاهرة الدين فى فيكثر عدد الحجاج عندما تروج الحالة الاقتصادية ، ويقلون عندما تكون هناك أزمة إقتصادية ، كذلك يؤثر الدين فى الحالة الاقتصادية ، فمثلا للدين تأثير كبير فى القوة الشرائية على بعض السلع، ففى البلاد الإسلامية يحرم لحم الخنزير والخمر فتقل أسعارها . وعليه فإن عالم الاجتماع لا يستطيع أن يدرس ظاهرة إجتماعية معينة إلا فى ضوء الظواهر الاجتماعية الأخرى .

1- A.W.Green , Sociology –An analysis of life in Modern Society p.10.

8- لما كان الشرط الأساسي فى وجود الظاهرة الاجتماعية ينحصر فى ظاهرة "الاجتماع" فعليه تختلف الظواهر الاجتماعية تبعا لاختلاف الصور التى تتشكل بها ظاهرة الإجتماع . ومن ثم تختلف الظواهر الاجتماعية من عصر إلى عصر – اى أنها ليست جامدة بل متغيرة ، كما تختلف من بيئة إجتماعية إلى بيئة إجتماعية أخرى .

الفرق بين الظواهر والوقائع والنظم والانماط الاجتماعية :

ليس الفارق كبيرا بين هذه الألفاظ ، ويختلف استعمالها من بلد لاخر ، ومن مؤلف إلى آخر. فالإنجليز والايطاليون يستخدمون كلمة ظواهر Phenomenes، والفرنسيون يستخدمون كلمة وقائع faits ، والأمريكيون يستخدمون كلمة أنماط Patterns أما كلمة نظام فلها معنى خاص . إذن فألفاظ ظواهر ووقائع وأنماط تستخدم فى نفس المعنى – إنها عبارة عن طريقة أو نموذج للسلوك فى العمل والتفكير الاجتماعى فى الأمور الاجتماعية . ومع ذلك – فلفظه ظاهرة كما يتبين من إشتقاقها تدل على النظر فى الوقائع الاجتماعية من الخارج أو من ناحية الملاحظة .

وأما لفظ النظام الاجتماعى Institution فيدل على الواقعة أو الظاهرة الاجتماعية إذا نظر إليها من ناحية التشريع الذى يحددها .

ونستطيع أن نفرق بين هذه الألفاظ بضرب المثال الاتى :-

فى حالة النظم أو الوقائع أو الظواهر المتعلقة بالأسرة مثلا – إذا أجرينا احصائيات فى مجتمع ما عن عدد حالات الزواج أو الطلاق واستنتجنا من ذلك أن هذه النسبة مرتفعة أو منخفضة فإننا هنا نتكلم عن واقعة أو ظاهرة اسرية ، ولكننا إذا تكلمنا عن طقوس الزواج وكيف تتم ، وكيف تجرى حالات الطلاق والقواعد والقوانين التى تخضع لها ، فإننا هنا نتحدث عن النظام الأسرى .

وللتفريق بين النظم والروابط الاجتماعية ، نذكر أننا ننتمى إلى روابط لا إلى نظم، فإذا كنا نتحدث عن زمرة منتظمة ، فإننا نتحدث عن رابطة . أما إذا كنا نتحدث عن اشكال القواعد والاجراءات فإننا نقصد بذلك النظام السائد . وإذا نظرنا إلى معهد أو كلية كهيئة من العميد أو الأساتذة والموظفين والطلبة ، فإننا ننظر إلى رابطة ، وإذا

نظرنا إليها كأداة للتعليم فهى واحدة من النظم السائدة . ومع ذلك فالفارق ليس كبيرا بين الظواهر والوقائع الاجتماعية من جهة والنظم الاجتماعية من جهة أخرى .

تقسيم وتصنيف الظواهر الاجتماعية [1]:

مما سبق يتبين لنا أن الظواهر الاجتماعية هى الوسائل التى اصطلح عليها الناس أو قبولها ليعيشوا معيشة جمعية ولكن الظواهر الاجتماعية ليست كلها من نوع واحد فمنها ما يتعلق بالمجتمع كالفرق الدينية Sects والأحزاب السياسية ، والنقابات العمالية ومنها ما يتعلق بالعمليات الإجتماعية كأداة الشعائر والتعاقد والعمل .

ولكى نوضح ذلك يمكن الاستعانة بنتائج علم البيولوجيا ، وذلك من زاوية نطبيق منهج مماثل وترتيب معلوماتنا داخل إطار متشابه . فنحن نميز بالنسبة للكائنات الحية بين الأعضاء organs والوظائف function ولكل جزء من أجزاء الجسم الحى شكله الخاص ونشاطه الخاص ومنفعته الخاصة وتركيب الأجزاء يختلف ووظائفها أيضا تختلف .ولهذا فإننا نميز بين علم التشريح أو علم الاشكال Morphology وهو دراسة الأعضاء . وبين علم الفسيولوجيا وهو علم وظائف الأعضاء .

ونفس هذا التقسيم ينطبق كذلك على دراسة المجتمعات ، فهناك أعضاء أو عناصر لجسم المجتمع وهى مانسميها بالوحدات أو الطوائف الأجتماعية la groupement sociaux , Social groups ، وهناك أنواع النشاط أو العمليات أو الوظائف التى تمارسها هذه الوحدات أوالطوائف ونستطيع أن نسميها بالتصرفات الجمعية social behavior .

هناك إذن الوحدات الاجتماعية أو المورفولوجيا الاجتماعية أو دراسة الأعضاء من ناحية، والتصرفات أو الفسيولوجيا الاجتماعية أو دراسة الوظائف من ناحية أخرى .

1- رينيه مونيه : المدخل فى علم الاجتماع – ترجمة د. محمد السيد بدوى .

ولنبدا اولا بأنواع الوحدات الإجتماعية :

اولا : الوحدات الإجتماعية :

ما من مجتمع فى الحاضر أو الماضى ، متحضر أو متوحش إلا ويتألف من مجموعات groups أو تقسيمات فرعية Sub – groups إذ ليس هناك مجتمع بسيط ، بل وحتى القبائل التى نسميها " متوحشة " فإنها وحدات مركبة ، فهى منقسمة إلى مجموعات صغيرة نسميها أسر أو عشائر .

وهناك من الأمثلة الموروثة عند بعض الشعوب ما يدل على ذلك فالبربر من سكان الجزائر يشبهون القبيلة بثمرة الخروب التى تحتوى على بذور كثيرة العدد هذه البذور هى الأسر. ونحن نستطيع أن نشاهد مجموعات كثيرة العدد من المجموعات والتقسيمات الصغيرة مختلفة الأنواع : فالأسر ، والقرى ، والمناطق ، والمدن ، والأقاليم، والدول والطوائف المهنية ، والفرق الدينية ، والجمعيات ، كل هذه مجموعات أو اجزاء تختلط بعضها بالبعض ويتداخل فى بعض .

لاشك أننا نستطيع أن نجمع هذه الحالات الخاصة فى أقسام كبيرة ونستطيع أن نميز ثلاثة منها الجماعات البيولوجية ، والجماعات الجغرافية ، والجماعات الإجتماعية .

أ- **الجماعات البيولوجية :**

وهى كل جماعة يشترك أفرادها فى صفة طبيعية تربط بينهم ، مثال ذلك الأسرة التى تتألف من أقارب يربط بينهم دم واحد ، ويترتب على ذلك حقوق وواجبات كل عضو من أعضائها لاتتعدى نطاق الأسرة . فهذه الجماعة تقوم إذن على صلة الدم ، والوحدة التى تجمعهم صادرة من ظاهرة طبيعية ، ومن هنا نفهم سر التسمية التى أطلقناها عليهم .

وهناك تقسيمات داخل نطاق الجماعة البيولوجية منها مثلا ما يتعلق بالجنس أو السن.ففى كل مجتمع يكون كل جنس على حدة ، ولايتفق الذكور والنساء فى معظم العادات والآراء التى تسيطر عليهم ، وتختلف طباع وأمزجة كل فريق .فالمجموعة الجنسية إذن لها حياتها الخاصة ، ويتبين هذا بوضوح فى المجتمعات البدائية . إذن هناك

فصل تام ، بل هوة عميقة بين الذكور والإناث ، فلكل جنس اعماله وشعائره. كذلك هناك وحدة السن ، فتقارب الأفراد فى السن وانتماؤهم إلى جيل واحد يجعل منهم مجموعة على حدة لها آراؤها مصالحها ، وقد يصطدمون من أجل هذه الآراء والمصالح مع المجموعات التى تنتمى إلى اجيال أخرى .

ب- التجمعات الجغرافية :

تقوم هذه التجمعات على أساس وحدة الإقامة والاستقرار فى مكان واحد حتى ولو لم يكن بين الأقارب . وينشأ عن ذلك عدد من الصلات والعلاقات المتبادلة فلا تلبث أن تولد مجتمعات جديدة تقوم على أساس الجوار . ومن هنا تحل رابطة الأرض **jus solis** رابطة الدم **jus sanguinis** هذه التجمعات الإقليمية كثيرة ومتعددة فمنها : القبائل ، والقرى ، والمدن ، والدول .

والقرية هى أبسط هذه التجمعات التى تقوم على وحدة الأقاليم ، وهناك مظاهر كثيرة للعواطف المشتركة التى تنشا عن حياة الجوار . والمدن أو البلدان تعد أيضا مجتمعات إقليمية . فالمدينة بحدودها المعروفة هى مجموعة محلية اتسع نطاقها ، أو قرية تضاعفت وتضخمت . ولكل مدينة روحها وطباعها الخاص بها ، كما أنها تختلف حسب ماتؤديه من وظائف داخل نطاق المجتمع العام فهناك مدن تعتبر مراكز الإنتاج، وهناك مراكز الاتصال بين أجزاء القطر المختلفة ،كما أن هناك مراكز العبادة ، كما تختلف المدن من حيث أحجامها ، إذ منها الصغير ومنها الكبير .

ج- التجمعات الإجتماعية :

وهى التى تقوم على الاشتراك فى العمل أو الوظيفة . وهذه التجمعات تتكون من أفراد يلعبون فى الحياة دورا واحدا أو يسعون وراء غاية واحدة دون أن يكونوا حتما أقاربا أو جيرانا ، بل قد يكون أفرادها متفرقين فى أنحاء مختلفة من العالم ، ومن هنا تقوم وحدتهم على عامل اجتماعى، وتسمى هذه التجمعات بالتجمعات الإجتماعية .

ومثال ذلك المذهب الدينى أو الهيئة الجامعية، وتتنوع هذه التجمعات التى تقوم على الاشتراك فى العمل أو الوظيفة فى أشكال لا حصر لها ، وتشهد بذلك المفردات

الكثيرة التى تفيض بها اللغة ومنها: مجتمع Society ، رابطة Association ، اتحاد Union ، ائتلاف confederation ، عصبة Ligue ، تحالف Coalition ، مؤامرة conjuration، دائرة Cercle، مجتمع ماسونى Loge ، وفد أو هيئة Delegatio ...إلخ.

ونحن نستطيع أن ندخل كثيرا من هذه الأشكال بطريقة قد يكون فيها شئ من التعسف فى واحد من قسمين كبيرين — وحدة المركز الاجتماعى ، ووحدة الوظيفة الإجتماعية . أما وحدة المركز الإجتماعى فتظهر فيما يعرف بالطبقات الاجتماعية ، فلا يخلو مجتمع ما مهما كان فى طور البداوة من نوع من التدرج بين أفراده ، وهناك غير الفروق التى يستدعيها السن والجنس فروق أخرى بين الطوائف فى الثروة والامتيازات وناتجة عن التفرقة فى الحقوق والواجبات ، فلكل شخص حالته condition، أو مركزه situation ويتخذ المجتمع فى العادة شكلا هرميا حين توضع طوائفه المختلفة بعضها فوق بعض .

وهناك من الفروق ما ترجع إلى الرتبة أو إلى الوظيفة أو ألقاب الشرف والحسب . ولكل طبقة قوانينها وعاداتها واصطلاحاتها ولغتها ، كما أنها تقوم بدور تختص به ويفرض عليها .

وقد تقوم التفرقة على أساس وحدة العمل أو الوظيفة ، ومن الطبيعى أن تكون لكل طائفة وظائفها ، ومن هذه الوظائف مايخدم الدين ، ومنها مايرجع إلى نوع العمل ، ومنها ما يتكون لغرض اللهو أو الإستخدام .

وكلما تطور المجتمع من الشكل البسيط إلى الشكل المركب كلما تشابكت علاقات الفرد مع كثير من هذه الوظائف. فالفرد فى مجتمعنا الحديث لا ينتمى فقط إلى أسرته أو بلدته،بل يرتبط أيضا بمجتمعات أخرى كثيرة من شاكلة هذه المجتمعات.

ثانيا : التصرفات الإنسانية :

تنحصر تصرفات أى كائن حى فى الأفكار والأفعال ، فهناك من ناحية العواطف والأفكار، ومن ناحية أخرى الأفعال والحركات ، هناك ما يعتقده الناس وما يشعرون

به حين يعيشون فى جماعة وهناك مايفعلونه . وإذا كنا نريد ان نضع تصنيفا لهذه الأفكار والأفعال فعلينا أن نرتبها حسب الغايات التى يظنّ انها تهدف إليها ، ومن المسلم به أن الناس إنما يتصرفون بغية الوصول إلى بعض الغايات ، وأن لهم حاجات يستعينون بالفكر والعمل على إرضائها وإشباعها .

وهذه الحاجات تنقسم إلى ثلاثة أنواع : اقتصادية وسياسية وروحية ، أما الحاجات الاقتصادية فهى التى تتصل بالماديات وتعبر عن رغبات الناس نحو الأشياء ، كالصناعة والفن ... ونستطيع أن نطلق على هذا النشاط إسما شاملا فنسميه حياة الإنتاج . أما الحاجات السياسية فهى المتصلة بالحياة الجمعية وتعبر عن رغبات الناس نحو الناس، واللغة والقوانين هى وسائل إرضاء هذه الحاجات . ونستطيع أن نطلق على هذا النشاط اسم حياة الاتصال .

أما الحاجات الروحية ، فهى المتصلة بالعاطفة الدينية ، وتعبر عن رغبات الناس نحو الآلهة ، والدين والسحر هما الوسيلتان اللتان يحاول الانسان بهما أن يشبعْ هذه الرغبة. ونستطيع أن نطلق على هذا النشاط اسم حياة العبادة . نستطيع إذن أن نرتب كل ما يعتقده الناس ويفعلونه فى المجتمع تحت هذه المعانى الثلاث : الانتاج — الاتصال — العبادة .

نشأة علم الإجتماع :

تقديم :

يعتبر علم الإجتماع بوصفه علما تحليليا وصفيا وضعيا علم حديث النشاة . بل إنه آخر العلوم الإنسانية . وربما يرجع ذلك إلى أن أى نوع من النشاط نقوم به طبيعيا أو عاديا قل شعورنا به ، فنحن نمشى ونتكلم دون أن يخطر ببالنا أن ندرس كيف نمشى وكيف نتكلم ، كذلك فإن أنواع النشاط الإجتماعى الذى نقوم به يعتبر طبيعيا وماديا فنحن نمارس العادات والشعائر الدينية وهى ظواهر اجتماعية وذلك دون أن نفكر فى البحث عن أصولها ومن هنا ظلت المعانى الاجتماعية مدة طويلة بعيدة عن البحث العلمى المنظم ، ولم تخضع الدراسات الاجتماعية للمنهج العلمى إلا فى القرن التاسع عشر على يد أوجست كونت ، أو بالأحرى فى القرن الرابع عشر على يد عبد الرحمن بن خلدون .

الفلسفة الإجتماعية :-

إذا كان علم الإجتماع بوصفه علما وضعيا علم حديث النشأة ، فإن هذا لا يعنى أنه خلق خلقا ، أو أنه وليد الأمس فقط ، ذلك أن التفكير الاجتماعى والفلسفة الاجتماعية قديمة قدم المجتمعات الانسانية . إذ ما كانت الحياة الانسانية تدب على الكرة الأرضية حتى أخذ الانسان بفكر فى أحوال معيشته وفى علاقته بما يحيط به من فصائل حيوانية ونباتية وما يكتنف حياته من قوى الطبيعة . كذلك فإن وجود تلك المجتمعات القديمة معناه وجود علاقات متبادلة بين الأفراد وهذه العلاقات لاتسير دائما فى طريق التفاهم والإنسجام . وإنما شوهتها أحيانا عوامل الاضطراب والنزاع . ومن هنا انبرى الحكماء والفلاسفة والمصلحون لعلاج هذا الاضطراب والقضاء على النزاع وأخذوا يرسمون المثل العليا للسياسة الاجتماعية وتقرير الأمن والنظام ، هادفين بذلك تحقيق مجتمعات مثالية .

هذا النوع من التفكير هو مانطلق عليه اسم " الفلسفة الاجتماعية " وقد إتسمت الفلسفة الاجتماعية بالتفكير الذاتى **Subjective** أى الذى يعرض وجهة نظر

الفيلسوف وآراءه الذاتية وكانت ذات وجهة نظر غائية ومعيارية : غائية أى أن الاعتبار الوحيد يتمثل فى الوصول إلى المثل الأعلى الذى ينبغى تحقيقه والبحث فقط عما ينبغى أن يكون عليه التنظيم الاجتماعى والسياسى (الأفضل) . ومعيارية أى تهتم اهتماما مباشرا بوضع معايير أى قواعد للعمل بمقتضاها فى الحياة الجمعية . ويتمثل ذلك من العصر القديم فى أفكار " سقراط " وفى كتاب الجمهورية " أو " القوانين " لأفلاطون ، وكتاب السياسة " لأرسطو .

سقراط :

تصور سقراط علما يبحث عن الأمور الإنسانية الخلقية والتى لها معان كلية كالحكمة والعدل والشجاعة والفضيلة ...الخ . ونبه إلى أهمية وضرورة الاتصال بين الناس لنعرف الشئ العام بينهم .

افلاطون Plato (427 - 347 ق.م.)

ولد أفلاطون [1] فى أثينا ، وليس هناك دليل قاطع على السنة التى ولد فيها ، فقد اختلفت المصادر فى تحديد سنة مولده التى قد تكون 426 أو 427 أو 428 ق. م. كما أنه ليس هناك إتفاق على السنة التى توفى فيها حيث نذكر بعض المصادر أنها عام 347 ق.م. كما تذكر بعض المصادر الأخرى أنها عام 348 ق. م. وينتسب أفلاطون إلى أسرة أرستقراطية ثرية، وكان صولون احد أجداده ، وقد تلمذ على يد سقراط .

قرن أفلاطون المعرفة بالفضيلة واعتبر إقرانهما منالا ساميا بسعى المرء إليه وعالج العديد من الشئون الاجتماعية فى مواضع متعددة من مجموع فلسفته. وارتكزت فلسفته عن المجتمع على أساس الحاجة الإقتصادية ، إذ لايوجد فرد يستطيع أن يسد حاجاته بنفسه لأن لكل منا حاجات كثيرة تستلزم عدة أشخاص ، ومن رأيه أن الفرد عاجز عن قضاء جميع حاجاته بنفسه ولكن الدولة قادرة على قيام نفسها بنفسها ولذلك اقتضى أن تسيطر الدولة على الأفراد. وحدد أفلاطون عدد السكان الذين

1- د. إبراهيم درويش . النظرية السياسية فى العصر الذهبى ص 63

ينبغي على المدينة ألا تتعداه بأى حال وذلك لتحاشى كل انفصام للتوازن الاقتصادى والسياسى ، ولتنفيذ ذلك يرى أفلاطون أنه يجب على القضاه أن يحددوا عدد حالات الزواج للإحتفاظ بنفس عدد الرجال الذى يملأ الفراغ الذى ينتج عن الحرب والأمراض وكل الأحداث الأخرى. ووصل إلى حد أنه وصف بالدنس المواطنين الذين يرغبون إنجاب الأولاد خارج حدود السن والأحوال التى ينظمها القانون .

وذكر افلاطون أنه ينبغي أن يكون فى المجتمع ثلاث طبقات : طبقة الحكام وطبقة الجند وطبقة الفلاحين والصناع . واعتبر طبقة الحكام طبقة عليا تتملكها قوة العقل وتتحكم فيها النزعة الفلسفية ويتوافر لها المعرفة – وهى طبقة الفلاسفة التى مزجت الآلهة جبلتهم بالذهب. وأخذ أفلاطون [1] هذه الطبقة بالتعليم اليونانى التقليدى المؤلف من الألعاب الرياضية والموسيقى لا لتربية الجسد والروح كوحدتين منفصلتين – بل لتهذيب النفس كوحدة . ولا تقتصر تربية الحاكم على صقل النفس بتكوين شخص يجمع فى إنسجام بين الإقدام التى تولده الألعاب الرياضية وبين الدقة التى توحى بها الموسيقى ، بل تمتد إلى العناية بالقوة الفكرية لإبراز ما تنطوى عليه مزية الحكم واستخدام هذه المزية فى وظيفتها الخاصة وهى مباشرة الحكم .

ومن ثم فهذه الطبقة تستطيع أن تدبر الأمور العامة فى هدوء وحسب ماتمليه الحكمة وحسب ما تراه محققا صالح المواطنين ، ودون أن تتعرض لثورات الطبقات الأخرى ، بل ستنال منهم الطاعة . هذه الطبقة – فى رأى أفلاطون [2] – تستطيع أن تحقق العدالة . كما أنها شرط جوهرى للإستقرار الإجتماعى وتوافر النظام الداخلى .

ويضيف أفلاطون [3] أنه حين تضيق حدود الدولة أو المدينة على سكانها بعد أن كانت كافية لسكانها الأولين ، فإنها تضطر لمد نطاق مراعى المدينة وحقولها بواسطة

1– د. محمد عبد العزيز نصر . فى الثورة الإشتراكية ص 35

2- Tumin , Melvin , Social Statification – THe forms and function of Inequality p1.

3– جاستون بوتول : تاريخ علم الإجتماع ص 8 .

الحرب ، وبالتالى تحتاج إلى تشكيل جيش من الجنود المحترفين – وهؤلاء هم الطبقة الثانية من طبقات المجتمع – ويمتلك هذه الطبقة قوة الدفاع والغضب ، وقد مزجت الآلهة جبلتهم بالفضة .

وتصور أفلاطون المجتمع شيوعيا من بعض وجوهه، ويقوم ذلك على أساس امرين:

الأول : تحريم الملكية الخاصة على طبقتى الحكام والجند أيا كانت هذه الملكية سواء كانت عقارا أم منقولات ، وأن يعيش الحكام والحراس فى معسكرات ويجلسون على مائدة واحدة، ويحصلون على كل ما يلزمهم. ذلك أن اجتماع السلطة السياسية والاقتصادية وحرية الامتلاك فى يد شخص واحد يؤدى إلى سوء استغلال السلطة .

والثانى : إلغاء الزواج الفردى الدائم واستبداله "بالانسان الموجه" وفقا لمشيئة الدولة وابتغاء إنتاج السلالة الصالحة – حتى يكرس الحاكم أو الموظف حبه وجهوده للدولة .

إلا أن أفلاطون اعتمد فى ذلك على التعليم لا على الشيوعية ، لأن التعليم يكشف عن مواهب كل فرد وقدراته، والنظام التعليمى الجيد يؤدى إلى تحقيق التقدم، أما إذا اهمل التعليم فإن عمل الدولة يقل شانه[1]. ومن ثم فالتعليم هو الوسيلة التى يستطيع بها الحاكم تكييف الطبيعة البشرية مع النمو الكفيل بايجاد دولة متجانسة[2] وأخيرا تأتى طبقة العمال والتجار والصناع والزراع ، وتغلب عليهم أو يتحكم فيهم قوة الشهوة وقد مزجت الآلهة جبلتهم بالنحاس والحديد . ويرى أفلاطون أن يحتفظ الفلاحون والصناع بما يملكونه من خيرات ولكن عليهم أن يؤدوا إلى الحكومة بعض الضرائب لإعاشة الطبقتين الأخريتين . ومن هنا يتبين لنا كيف أراد " افلاطون أن يرسم المثل العليا والنموذج الأكمل للحياة كما يراه ويتخيله .

1– جورج جورفتش ، دراسات فى الطبقات الآجتماعية ص 80 .

2 – Anderson Roddoe ,& Christol Introduction to Political Science p.6.

ارسطو (384 -322 ق. م.) :

ولد أرسطو عام 384 ق . م. فى مدينة استاجيرا على حدود مقدونيا ، وكان والده طبيب الملك امينتوس Amyntos الثانى ملك مقدونيا ، ثم رحل أرسطو بعد ذلك إلى أثينا فى السابعة عشرة من عمره ليتعلم فى مدرسة أفلاطون ، ثم دعاه فيليب المقدونى إلى بلا Pella عاصمة مقدونيا ليكون أستاذا لإبنه الإسكندر .

وكان أرسطو" أكثر واقعية من أفلاطون" ويقوم فكره أساسا على قضيته المشهورة" الانسان حيوان سياسى" ، بمعنى أنه لايمكن ان نفصله عن الحياة فى المجتمع، فالإنسان لايفسر وحده ولا يكتفى بذاته [1].

ومن ذلك يتبين أن أرسطو يختلف عن أفلاطون فى نظرته للأساس الذى تقوم عليه الحياة الاجتماعية ، إذ بينما أفلاطون يرد هذا الأساس على الحاجة الاقتصادية التى تدفعه إلى أن يجتمع مع عدد من الأفراد كى يشبعوا حاجات بعضهم ، ومن مجموع هؤلاء الأفراد يتكون المجتمع ، او الدولة التى يعدها بمثابة وحدة مثالية كاملة ليس للأفراد فيها وجود مستقل ، فإن أرسطو يرده إلى غريزة طبيعية فى الانسان – إلى اجتماع الانسان بأخيه فالانسان فى رايه حيوان إجتماعى .

وقارن أرسطو بين المجتمع والكائن الحى ، فكلاهما – كما يقول – يخضع لقانون المولد والنمو والموت ، وهو فى هذا يشير إلى أن التغير هو الشرط الأول فى بناء المجتمع وفى حياة المجتمعات مدحضا بذلك محاولة أفلاطون لانشاء نظام ثابت لا يتغير. وهو فى هذا يلمح إلى فكرة التطور الاجتماعى وتطور الحياة الاجتماعية من البساطة إلى التعقيد .

ومجد أرسطو السرة واعتبرها الخلية الأولى فى المجتمع التى إنبثقت عنها الدولة ، وهى المؤسسة الطبيعية الأولى التى قامت للوفاء بالحاجات اليومية للأفراد وهى مجتمع

1–جاستون بوتول : المرجع السابق ص 9 .

بسيط يتم فيه تعلم الفضائل واكتسابها . وهكذا اختلف أفلاطون عن أرسطو – إذ حاول أفلاطون بآرائه القضاء على الأسرة .

وتتكون الأسرة فى رأى أرسطو من الزوج والزوجة والبنين والعبيد ، والرجل هو رب الأسرة وبما له من عقل كامل يدير شئون المترل . أما المرأة فهى أقل منه عقلا ولا يجب أن تتدخل فى شئون السياسة والجندية ، وإنما عليها تربية الأولاد . وهكذا رأى ارسطو أن المساواة بين الرجل والمراة غير واقعية ، لأن المرأة ذاهّا أقل منه وذلك عكس أفلاطون الذى فرض تربية واحدة على النساء والرجال لإفادة المساواة الطبيعية بين الرجل والمرأة .

خاتمة :

إن كل هذه الأفكار السابقة – أفكار سقراط وأفلاطون وأرسطو – نسميها بالفلسفة الإجتماعية ، وهى تتسم بالتفكير الذاتى **subjective** وهى تختلف عن التفكير الموضوعى **objective** الذى يبحث فى الظواهر الاجتماعية بحثا علميا لمعرفة طبيعتها والوصول إلى قوانينها كما هو حادث فى علم الاجتماع .

نشأة علم الإجتماع :

عبد الرحمن بن خلدون (1332 – 1406م) :

عاش الفيلسوف العربي عبد الرحمن بن خلدون فى القرن الرابع عشر الميلادى بين (17 مايو 13332 –15 مارس 1406 م) وهو ولى الدين عبد الرحمن بن محمد بن الحسين بن جابر بن محمد بن ابراهيم بن عبد الرحمن بن خلدون – من أسرة اندلسية نزحت من الأندلس إلى تونس فى أواسط القرن السابع الهجرى التى أصبحت حينئذ مركز العلماء والأدباء فى بلاد المغرب .

كان ابن خلدون رجل داهية وافر الذكاء يمتاز بذهنية دقيقة وقوة ملاحظة على التحصيل والابتكار ، كما كان رجل بلاط وسياسة . خدم ملوكا كثيرة وقام بأسفار ورحلات وعبر البلاد من سمرقند إلى المغرب، كما قام بأنواع من الأنشطة متعددة الجوانب شملت ميادين الإدارة والسياسة والخطابة والقضايا، والدرس والبحث والتأليف وكانت حيويته عنيفة صاخبة لا تعرف معنى الهدوء ولا تبالى بالأخطار والأهوال ، ولذلك صارت حياته سلسلة طويلة من حوادث النجاح والفشل ... ووصل إلى أعلى المراتب ومناصب الحكم فى عهد ملوك عديدين فى دول عديدة ، ولكنه فى الوقت نفسه تعرض إلى محن ونكبات متعددة .

وكان لهذه الأمور أثر فى أن آراءه المتعلقة بدراسة المجتمعات لم تتجه وجة مثالية ، بل كانت دراسة واقعية وفى ضوء ملاحظاته وتجاربه نظر نظرة خاصة إلى الظواهر بقصد تحليلها واستخلاص أسباب حدوثها وتعليلها ، ودرس العوامل والظروف التى تصاحب إنحلال المجتمعات. وترجع أهمية دراسته إلى استخدام المنهج المقارن ،إذ لاحظ عن كثب تباين المجتمعات وتشابهها، وأرجع هذه العوامل إلى أثرالبيئة والعوامل الجغرافية فى أخلاقية الشعوب وأحوالهم الإقتصادية.

وقام ابن خلدون بتحديد موضوعات علم الاجتماع ووضع أسسه وبرامجه ومناهجه ووضع قواعد منهجية أهمها الملاحظة والنقد ، إذ استمد قوانينه وقضاياه الكلية من ملاحظاته لظواهر الإجتماع . وقرأ ابن خلدون تاريخ العالم وخاصة

الإسلامى ، وقد أرشدته هذه القراءات إلى أن ما يحدث فى العالم لا يسير وفق إدارة الأفراد أو حسب المصادفات وإنما يسير وفق إدارة ثابتة وحسب قوانين ، مما حمله إلى رفض كثير من الروايات التاريخية والتى لاتتفق مع هذه القوانين .

عرف ابن خلدون علم الاجتماع بأنه العلم الذى يدرس المجتمع الانسانى. وأضاف أن النظر فى هذا الاجتماع البشرى وما يعتريه من ظواهر ينبغى أن يكون موضوعا لعلم سماه علم العمران وأكد أن هذه الظواهر يجب دراستها دراسة مستقلة وهى تخضع لقوانين ثابتة شانها فى ذلك شأن غيرها من النظم وظواهر العلوم الأخرى.

وحدد ابن خلدون هدف علم الإجتماع ، وفعل ذلك بطريقة لاتختلف كثيرا عما قام به العلماء المحدثون . وأهم مؤلفاته التى كان لها صدى عميق وتأثير علمى ضخم هى مقدمة فى التاريخ واسمها بالكامل " كتاب العبر وديوان المبتدأ والخبر فى أيام العرب والعجم والبربر، ومن عاصرهم من ذوى السلطان الأكبر". وقد قسم كتابه إلى ستة فصول تستوعب تقريبا كل فرع من فروع علم الاجتماع المعروفة عند الاجتماعيين المحدثين، وهى على التوالى : فى العمران البشرى وأصنافه ، وفى العمران البدوى والأمم الموحشية، وفى الدول والخلافة والملك، وفى العمران الحضرى والبلدان والأمصار، وفى الصنائع والمعاش والكسب ، وفى العلوم واكتسابها وتعلمها. وهى تقابل عند المحدثين علم الاجتماع العام والعلوم الاجتماعية الخاصة .

والمجتمع الانسانى – فيما يرى ابن خلدون – ضرورى للإنسان لأن الانسان "مدنى بالطبع" وحاجة الانسان إلى الطعام وما يستلزمه إعداده من عمليات شاقة، وحاجته إلى الدفاع عن النفس ضد الحيوانات الأخرى قد علماه التعاون فى سبيل بناء المجتمع .ويخضع المجتمع للتغيير شأنه شأن الفرد الذى يمر بمراحل منذ ولادته حتى وفاته . وكذلك الأمر بالنسبة للظواهر الاجتماعية والنظم الاجتماعية فهى لاتجمد على حال واحدة ، بل تختلف أوضاعها باختلاف الأمم والشعوب ، وتختلف فى المجتمع الواحد باختلاف العصور ومن المستحيل ان نجد أمتين تتفقان تمام الاتفاق فى نظام إجتماعى ما كما أنه من المستحيل أن نجد نظاما اجتماعيا قد ظل على حال واحدة فى أمة ما فى

مختلف مراحل حياتها . وتصدق هذه الحقيقة على شئون السياسة والاقتصاد والأسرة والقضاء وسائر أنواع الظواهر الاجتماعية حتى فيما يتعلق بشئون الأخلاق ومقاييس الخير والشر والرذيلة ، فما يكون خيرا فى مجتمع قد يكون شرا فى مجتمع آخر.

وما تعده أمة فضيلة قد تعده أخرى رذيلة، وما يراه شعبا مباحا قد يراه شعبا غيره محظورا. وكثيرا مايختلف الحكم على الوجهة الخلقية على الشئ الواحد فى أمة ما باختلاف عصورها [1].

هذا مافطن له ابن خلدون وجعله أساس بحوثه فى علم الاجتماع وقرره فى أوضح عبارة إذ يقول: (إن أحوال العالم والأمم وعوائدها ونحلهم لاتدوم على وتيرة واحدة ومنهاج ومستقر . إنما هو اختلاف على مر الأيام والأزمنة وانتقال من حال إلى حال. وكما يكون ذلك فى الأشخاص والأوقات والأمصار، فكذلك يقع فى الآفاق والأفكار والأزمنة والدول) .

وبهذه الخاصية تمتاز الظواهر الاجتماعية عن غيرها من ظواهر علوم الرياضة والطبيعة والكيمياء وما إلى ذلك فى أن هذه تعالج ظواهر لا تختلف باختلاف الأمم والعصور، بينما الظواهر الاجتماعية متغيرة تختلف أوضاعها باختلاف الزمان والمكان ويحدث هذا التغير وفق ما يكتنف المجتمع من عوامل تضاريسية ومناخية وموروفولوجية وثقافية وعدالة الحكومة، واستطالة سلطان الدول – أى لا تتأثر بالظواهر الطبيعية فحسب، بل تتاثر كذلك بظواهر اجتماعية من طبيعتها ، وفى هذا فإن ابن خلدون يتناقض مع كارل ماركس الذى ذهب إلى أن العوامل المؤثرة فى ظواهر الإجتماع وفى تغير المجتمع إنما ترجع إلى عوامل مادية واقتصادية بحته .

هذا ولم يترك ابن خلدون مدرسة أو اتباعا ، ولم تنل بحوثه ما تستحقه من تقارير وذيوع وانتشار إلا حديثا ، فكانت فكرته بمثابة ومضة برق ما كانت تظهر حتى اختفت ومع ذلك فان أفكاره قد لعبت دورا فى توجيه بعض المفكرين الأوروبيين.

1– د. حسن شحاته سعفان تاريخ الفكر الإجتماعي والمدارس الاجتماعية .ص107 .

اوجست كونت August Conte (1798- 1857) :

فيلسوف فرنسي من رجال القرن التاسع عشر ، ولد فى مونبلييه **Montpellier** بجنوب فرنسا من أسرة كاثوليكية شديدة التدين متوسطة الحال . وكان موهوبا فى العلوم الرياضية ، فالتحق بمدرسة الهندسة بباريس، كما كان ميالاً للإطلاع خاصة فى الكتب الفلسفية، واشتهر بأنه صاغ اصطلاح علم الإجتماع" [1] حوالى عام **1830**، ثم انتشرت تلك التسمية بعد ذلك فى جميع اللغات. ويقال أنه إذا كان ديكارت Dekartes[2] قد اشتهر بفصل الفلسفة عن الدين ، فإن أوجست كونت اشتهر بفصل العلوم الاجتماعية عن الميتافيزيقا والفلسفة ، وعمق علم الاجتماع العام .

أراد أوجست كونت فى بداية الأمر أن يسمى علمه الجديد " الفيزياء الاجتماعية " ثم عدل عن هذه التسمية إلى اصطلاح **Sociology** بعد أن شرع العالم البلجيكى **Adolph Quatelet** فى إجراء دراسات احصائية عن المجتمع وسمى هذه المحاولة (الفيزياء الاجتماعية). [3]

وبدأ كونت مذهبه بأن أثبت للمعارف الإنسانية العلوم التى أحصى منها ست علوم رتبها حسب تركيبها المتزايد فى التعقيد : الرياضة ،الفلك ، الفيزياء ، الكيمياء ، الفسيولوجيا ، وأخيرا وضع على قمة هذه العلوم العلم الجديد وهو علم الإجتماع – أى الدراسة الواقعية والموضوعية للمجتمعات .ويقول " كونت " أن هذا الترتيب يتفق مع تاريخ العلوم ، فالأكثر بساطة من العلوم نشات قبل الأكثر تركيبا .

أدرك كونت منذ عام **1822** ضرورة هذا العلم الجديد . فكتب يقول : لدينا الآن فيزياء أرضية ، آلية أو كيميائية ، ولدينا فيزياء نباتية ، وفيزياء حيوانية .. ولكننا الآن فى حاجة إلى فيزياء أخرى وأخيرة وهى الفيزياء الاجتماعية ، لنستكمل نسق معرفتنا بالطبيعة. وأعنى بالفيزياء الاجتماعية (علم الاجتماع) العلم الذى يدرس المجتمعات

1-Morton R, Davies ,& Vaughan Lewis :Models of Political Systems, p.3.
2- Gaston Bouthoul ,: Sociologie De La Politique p.8.
3- د. محمد عاطف غيث . علم الإجتماع ص 131 .

البشرية . والذى تكون دراسته للظواهر الاجتماعية دراسة موضوعية ، على أن ينظر إلى هذه الظواهر بنفس الروح التى ينظر بها إلى الظواهر الفلكية أو الطبيعية أو الكيمائية أو الفسيولوجية .. وهذا يعنى أن أوجست كونت قد خلص علم الاجتماع من الفلسفة السياسية والنظريات الاقتصادية وفلسفة التاريخ .[1]

وقرر " أوجست كونت " أنه أخذ على عاتقه أن يضع أسس وقواعد منهج هذا العلم، وفى رأيه أنها تقوم على منهج الملاحظة والتجربة القائمة على المقارنة ، فى الزمان والمكان ، وقرر أنه أنشأ هذا العلم لتحقيق وحدة التفكير الموضوعى وعموميته.

استفاد كونت من علم الحياة Biology فقسم علمه إلى شعبيتين الأولى : الاستاتيك الاجتماعى La Satatique ، وهو نوع من التشريح يقوم على دراسة أجزاء النسق الاجتماعى المختلفة. والثانية: الديناميك الاجتماعى La Ddynamique، وهو البحث عن قوانين التطور .

وتقوم الأولى على فكرة التضامن والنظام وبحث الأحوال الثابتة أو المستقرة فى حياة المجتمعات — أى دراسة الشروط الضرورية التى من أجلها وجد المجتمع ، وليس الوجود الانطولوجى الفلسفى . فالمجتمع يتمثل فى عدة نظم وقواعد منها السياسى ومنها القضائى ومنها الإقتصادى منها الخلقى ومنها الدينى . وهى متضامنة وتثبت وتستقر خلال فترة معينة من تاريخها .

أما الشعبة الثانية فتقوم على فكرة التطور والتقدم (الإجتماع الديناميكى)، والتى تعبر عنه بالتقدم والتغير والتطور — وبحث قوانين نمو المجتمع — ويرى كونت [2] أن الانسانية قد مرت فى تطورها بمراحل تطابق المراحل التى وضعها فى قانون الحالات الثلاث وهى اللاهوتية والميتافيزيقية والوضعية . وقسم كونت العصر اللاهوتى إلى ثلاث اطوار — العصر الخرافى ، وطوْر تعدد الالهة ، وطوْر وحدة الآلهة.

1– Brigitre Maguin et Lowits ,Millet, Les Sciences Humaines aujourd p.9.

2– د . السيد محمد البدوى . مبادئ علم الاجتماع ص ص 98 – 100

أما الطوْر الخرافى فقد ساد فيه الاعتقاد بأن بعض الأشياء أو الحيوانات أو الأجرام السماوية لها روح ولها إرادة تتسلط بها على ما يحدث فى حياة الإنسان.

وابتدأ تعدد الالهة حين عدل الانسان عن عبادة الأشياء ذاتها واستبدلها بأرواح خارجة عن الأشياء ، بحيث تستطيع أن تتحكم فيها ، وقد ترتب على تقييده بتعدد الآلهة نشاة الروح الحربية، فقد كانت الميثولوجيا اليونانية تزخر بالحروب والملاحم بين الآلهة المختلفة: وكان الناس ينقسمون تبعا لذلك شيعاً أو أحزاباً كل يتعصب لآلهته. ولكن إلى جانب هذه الروح الحربية نشات الروح الفنية رغبة فى تمجيد انتصارات الآلهة ووصف معاركهم تارة بالشعر وتارة بالنحت، وقد نشأت طبقة الكهنة ورجال الدين فى ذلك العهد وكانت المعابد التى أقاموها النواة التى نشأت حولها المدن .أما عصر وحدة الآلهة فيتميز بفصل السلطة الروحية عن السلطة الزمنية وفيه تحولت الروح الحربية إلى نوع من الإستقراروكان من نتيجة ذلك الاستقرار ما خلفته لنا العصور الوسطى من آثار فنية كلها تقوم على تمجيد الدين والكنيسة .

أما العصر الميتافيزيقى – فيرى كونت أنه يبدأ بعصر النهضة وفيه بدأ تحطيم الروح الحربية لبناء الروح الصناعية على أنقاضها، وظهرت أول بوادر هذا التحطيم فى النزاع الدائم بين البابا والإشراف، أى بين ممثلى السلطة الروحية وممثلى السلطة الزمنية. ثم ما لبث أن ظهر التصدع داخل نطاق الدين فظهرت الحركة البروتستانتية، وهى فى معناها الأصلى تدل على الإحتجاج على سلطة الكنيسة وتطالب بما للعقل من حق الاقتناع بالعقيدة قبل التسليم بها .

ويبدأ العصر الوضعى – كما يرى كونت – بالثورة الفرنسية وهو يتميز باستقلال التفكير الإنسانى مما أدى به سريعا إلى التقدم فى الصناعة والفن العلم . وقد قضت الثورة على النظم القديمة التى كانت تعوق تقدم الإنسانية . فأصبح من الواجب أن تستبدل بنظم جديدة تتفق مع روح العصر الوضعى. وتبين من ذلك أن كلمة " تقدم " عند كونت إنما تعنى سيرا إجتماعيا نحو هدف معين لايمكن الوصول إليه إلا بعد المرور بأدوار ضرورية محددة ، أى أن السير الإجتماعى لابد أن يكون خاضعا

لقوانين، بينما كان المفكرون السابقون لكونت يدرسونها على أنها مجرد اضطرابات أو ذبذبات تصل فى المجتمعات ولم يفطنوا إلى القوانين .

وإذا أردنا أن نضع قانون الحالات الثلاث فى ميزان النقد فإننا نقول أن المرحلة الأولى " اللاهوتية " يصعب تفسيرها كلها عن طريق القول " بالقوى الحيوية " فليس من الثابت فى رأى جتربرج [1] أن كل الآلهة قد استحدثت من أرواح بشرية Human Spirits .

كما لا تختفى تلك النزعة – فى رأى جتربرج – بظهور العلم وتطور النظريات العلمية . فهى تظهر فى صورة من الصور لدى العلماء ، والفلاسفة . وتاريخ العلم يشهد بامتزاج الفكر الميتافيزيقى بالفكر العلمى الخالص . فقد أسس كل من كبلر Kepler وديكارت رأيهما فى نظام الطبيعة على القول بكمال الله ، ورأى نيوتن Newton أن نظام المجموعة الشمسية راجع إلى القدرة الإلهية ، وأن المكان اللانهائى infinite space هو الحس الإلهى والدالة على وجوده فى كل مكان.

فلا معنى إذن للقول بفكرة المراحل أو الفواصل التى تفصل بين جوانب الفكر الإنسانى برمته برغم إتصالها الأكيد .

إميل دور كايم Emile Durkheim (1858– 1917) :

وضع دور كايم الدعائم الأساسية التى يرسى عليها علم الإجتماع قواعده من حيث أسس الدراسة ومناهج البحث وصوغ القوانين . واستطاع أن يثبت دعائم العلم على أرسى ماتكون عليه هذه القواعد ، ثم درس موضوعاته وعالج مسائله فى ضوء مناهجه الجديدة ووصل من هذه الدراسة إلى تقرير طائفة من القوانين الاجتماعية .

1– د. قبارى محمد إسماعيل : أصول الفكر الإجتماعى مصادره – الكتاب الأول علم الاجتماع الفرنسى ص 72 – 74.

ميز دوركايم [1] بين نموذجين من المجتمعات – المجتمع الإنقسامى والمجتمع المتباين [2] ويتسم المجتمع الإنقسامى بالتجانس ، ويتضائل فيه تقسيم العمل ، ويحدده العلاقة بين الجنسين وبين الأفراد ذوى الأعمار المختلفة ، وهو يتكون من وحدات بنائية تقوم على القرابة. وهى تشبه حلقات الدودة Worms rings إذا أزيلت بعض من أجزائها يحل محلها فى الحال أجزاء أخرى ويرتبط الأفراد فى مثل هذه المجتمعات بما سماه – دور كايم – بالتضمن الآلى Mechanical Solidarity حيث يخضع الأفراد لما يمليه الرأى العام والتقاليد، وتكون المسؤلية جمعية ويتوارث الأفراد المركز الاجتماعى .

ويختلف المجتمع الانقسامى عن المجتمع المعقد من حيث تميز الأخير بتمايز الأدوار وارتباط الأفراد بما سماه بالتضامن العضوى: وتظهر عملية "تقسيم العمل" [3] وتتعدد وتتنوع شخصيات الأفراد فى ضوء الخبرات والوظائف التى يمرون أو يقومون بها . وتناول دوركايم تطور المجتمعات والنظم ، وبين أن تطور المجتمعات البشرية يختلف حسب الأساس الاجتماعى من حيث المتغيرات المورفولوجية الخاصة بحجم واستقرار السكان وكثافتهم وتخلخلهم، ومن حيث المستوى الحضارى، وكذلك الصيغ الفيزيقية لإقليم المجتمع [4] ، واختلاف أنماط النشاط وما إلى ذلك .

ولتفسير التغير المورفولوجى يقول دور كايم [5] المجتمع (أ) ذو مساحة ارضية صغيرة، يتسم بضآلة الكثافة السكانية ، وتشابه وتجانس الوحدات الفرعية ، وبالاكتفاء الذاتى. والتغير المورفولوجى هو عملية نمو فى الأبعاد الاقليمية والسكانية فى المجتمع

1- Gianfranco poggi, - Marx and Durkheim and D .Toqueeville , Images of Mass Soeicty p.168.

2- Neil j. Smelser .- The Sociology of Economic lif .

3- Jackhson Roche p. Michael Stein B, Issues in Comparative politics p.115.

4- Giafranco poggi .op .cit ,p.175.

5-Ibid ,.p.186- 187 .

(الكثافة المادية). ويرجع التغير المورفولوجى كذلك إلى الكثافة الأخلاقية والمادة الاجتماعية ، ويتمثل ذلك فى تتبع التغير من المجتمع (أ) إلى المجتمع (ب) مما ينتج عنه تغير موروفولوجى يظهر فى :

1- زيادة فى الكثافة المادية .

2- زيادة فى الكثافة الأخلاقية .

3- زيادة فى التمايز الاجتماعى الخاص بتقسيم العمل .

وبناء على ذلك - تطورت المجتمعات - كما يرى دور كايم من أشكال بسيطة إلى أشكال معقدة تدرجت على مراحل التاريخ بالشكل الآتى : المعشر - العشيرة - الاتحاد - القبيلة - المدينة - الامبراطورية القديمة - نظام الاقطاع - الأمم - الامبراطوريات الحديثة - والمجتمعات الدولية [1].

أما النظم الاجتماعية فهى متعددة وهى إما دينية أو سياسية ، او إقتصادية ..إلخ، فالدين مثلا - تطور من التوتمية إلى تعدد الآلهة إلى التثنية ثم إلى الوحدانية. وتطورت السلطة من الشكل الدينى إلى الشكل المدنى ، ومن سيادة العادات والعرف والتقاليد إلى سيادة القانون الوضعى . كما تطورت الأسرة من الاتساع إلى الضيق - أى من الأسرة التوتمية إلى الأسرة الأبوية الكبيرة فالصغيرة ثم إلى الأسرة الزواجية. وهكذا الحال بالنسبة للنظم الاجتماعية الأخرى .

وفى كتابه عن الانتحار جرح أخلاق الرأسمالية باستخدامه لمعدلات الانتحار . كما أكد أثر الثقافة السائدة على تلك المعدلات، فالانتحار .. كما يقول .. يقع فى كل المجتمعات ولكن يزداد معدله فى المجتمعات البروتستانتية والمجتمعات الصناعية والحضرية ومن آرائه أن الانتحار تتغير معدلاته تغيرات عكسية مع درجة التكامل فى الهيئة السياسية ، فاشتداد سلطة الهيئة السياسية على الأفراد يعنى القضاء على الروح الفردية.

1- د. عبد العزيز عزت . الموازنة بين ابن خلدون وإميل دوركايم ص 40 .

ميا دين علم الإجتماع والعلوم الاجتماعية الأخرى :

تمهيد :

حاول الانسان خلال تاريخه العريق فى القدم فهم السلوك الإنسانى ودوافعه ووسائل توجيهه . فها هو سقراط Socrate ، يقول عبارته الشهيرة أعرف نفسك Know theyself ، مما دفع الفلاسفة والمفكرين إلى التأمل فى السلوك الإنسانى ، إلا أن الإنسان لا يعيش بمفرده منعزلا ، فلقد ولد فى عالم الأشياء والناس ، وقبل لحظة ولادته وبعدها نجده محاطا بعوامل فسيولوجية، ويتحدد سلوكه فى ضوء عالم خارجى. وفى عالمه الصغير يحدد سلوكه ما يحيط به من أفراده . بالإضافة إلى وجود نمط ثقافى يشمل على أسلوب سلوك الأفراد، والقيم الاجتماعية نحو الأشياء والناس والكون .

وكلما كبر الطفل اتسع أفقه لعالمه الصغير ، وتصبح نماذج السلوك والقيم أكثر تعقيدا ، مما ينجم عنه أن يصبح الفرد أكثر ميلا لمعرفة نفسه والعالم المحيط به ، ومن الأهمية بمكان أن ندرك عمليات التفاعل الاجتماعى والتى من خلالها يؤثر كل فرد ويتأثر بالآخر ، وهى تشكل المبادئ الأساسية لعلم الإجتماع .

العلاقة بين ميادين العلوم المختلفة :

قبل أن نتناول صلة علم الاجتماع بالعلوم الاجتماعية الأخرى، من المناسب أن نلقى الضوء باختصار على بعض ميادين بحوث الانسان ، والتى من خلالها يعرف الإنسان نفسه والعالم المحيط به . ولا نقصد بذلك شرح فحوى هذه الميادين ، فذلك يحتاج إلى مجلدات ضخمة ، وإنما نشير فقط إلى العلاقة بينها فهى تساعد على فهم السلوك الإنسانى ، وتستخدم فى تحديد مجال علم الاجتماع .

يدرس علم الجيولوجيا تاريخ الأرض وحياة النبات والحيوان . واكتشف علم الفيزيقا الكثير من قوانين الطبيعة التى تحكم انقسام الذرة . وأمدنا علم الكيمياء بأسرار تركيب وتكوين المادة . وأضافت بحوث علم الأعضاء إلى معرفتنا الكثير عن هذا العالم ، وهكذا عَدلت العلوم الفيزيقية مظهر العالم الذى نعيش فيه . وفى خلال هذا القرن ظهرت ميادين جديدة للدراسة ربطت بين اكتشافات علوم البيولوجيا

الفيزيقا والتنمية والعلاقات الإنسانية .فالإيكولوجيا – مثلا – تهتم بدراسة التفاعل بين العضاء الحية وبيئتها . وهى تشمل العوامل الفيزيقية مثل المصادر الطبيعية وسقوط الأمطار ، وتأثير ذلك على أمزجة الناس ، كما تشمل الثقافات وكثافة السكان والتنقل .

ويرتبط علم البيولوجيا بعلم الكيمياء . ونجم عن ذلك ظهور علم الكيمياء الحيوية وهو علم يبحث فى تأثير النشاطات الفردية على النمو والتنمية الإنسانية . فقد طورت البيولوجيا من خلال دراستها للفئران البيض والخنازير ــ علم الجينات مما ساعد على إدراك الوراثة البيولوجية للإنسان . وقام علماء النفس بدراسة سلوك الحيوانات مما ألقى الضوء على السلوك الإنسانى . واكتشف العلماء دورة الدم وعلاقتها بالزمن ، وقد أدت هذه الاكتشافات الجديدة وتوسع المعرفة الإنسانية إلى أن أصبح من المستحيل على عالم أن يبحث فى جميع العلوم ، وأضحى التخصص يمثل خاصية أساسية للعلماء .

وفى مجالات دراسة الإنسان ، من المستحيل أن ندرس السلوك الإنسانى منفصلا كلية عن العلوم الفيزيقية والبيولوجية والطبية ، فالتقدم الذى احرزته علوم الفيزيقا أدى إلى نتائج إقتصادية وإجتماعية ، فقد ظهر التليفزيون وكان لهذا تأثير على حياة الأسرة.وأدى التقدم فى علوم الطب والصيدلة إلى انخفاض معدلات الوفيات[1].

العلاقة بين علم الإجتماع والعلوم الإجتماعية الاخرى :

تصنف المعرفة العلمية إلى ثلاث ميادين رئيسية هى: العلم الاجتماعى، والعلم الطبيعى ، والإنسانيات ، وكل من هذه المعارف تنقسم إلى علوم متخصصة ، فالعلم الاجتماعى هو ميدان المعرفة الإنسانية الذى يتناول العلاقات الاجتماعية والحياة الجمعية للإنسان من جميع جوانبها . والعلم الطبيعى يتناول البيئة الطبيعية التى يعيش فيها الإنسان ، وتشمل علوم كالطبيعة والكيمياء والفلك. أما الانسانيات كعلم

---

1 – Francis j. Brown , Socciology with Application on Nursing and Health Education pp.5-6 .

الأجناس، والأنثروبولوجيا، وعلم النفس الاجتماعى، وعلم الاقتصاد، وعلم السياسة، والتاريخ، والقانون فهى علوم ذات علاقة وارتباط بعلم الاجتماع لأن كلا منها يدرس الانسان وثقافته، ولأنها تلقى ضوء على العلاقات الاجتماعية.

وقد ظهرت أهمية علم الاجتماع حين تبين أن ميادين علوم الاقتصاد والتاريخ والسياسة لا تستطيع أن تفسر السلوك الاجتماعى ككل ، فعلم الاقتصاد يدرس الإنتاج وتوزيع الثروة . ويحاول المؤرخون أن يؤرخوا تاريخ المجتمعات فيما مضى . ويحلل علم السياسة توزيع السلطة فى المجتمعات المختلفة وهكذا يدرس كل علم من هذه العلوم جزءا من العالم الاجتماعى منفصلا عن الأجزاء الأخرى .

ومن ثم ظهرت الحاجة إلى علم يدرس السلوك الاجتماعى فى كليته ، وكان هذا العلم – هو علم الاجتماع الذى لا يقتصر بحثه أو دراسته للظواهر على جانب واحد من الحياة أو على سلوك معين، بل إنه يبين نشأة ظاهرة ما وتطورها ويدرسها دراسة أعم وأشمل فى بيان علاقتها بالظواهر الاجتماعية الأخرى ، ويبين – مثلا – مدى تأثرها بالنظم السياسية والاقتصادية والدينية الموجودة فى المجتمع ، ويبين كذلك مدى تأثرها بالعوامل الجغرافية والطبيعية ، كما يظهر الحالات النفسية ذات الأثر فى تلك العلاقات .

ومن ثم فإن هناك علاقة وطيدة بين علم الاجتماع والعلوم الاجتماعية الأخرى دفعت البعض الى القول بأن علم الاجتماع هو جماع العلوم الاجتماعية فيما يصلها بالحياه الاجتماعية ، فرينيه ورمس R .Worms [1] يذكر أن علم الاجتماع العام عبارة عن مقدمة وخاتمة مشتركة فى آن واحد لمجموع العلوم الاجتماعية ، وسبب ذلك يرجع كما يقول بوجليه إلى أن علم الاجتماع لايستطيع أن يعمل إلا بعد العلوم الأخرى . ويتلخص دوره فى تركيب وتفسير واستخلاص بعض النظريات أو القوانين العامة التى تقدمها العلوم الاجتماعية الأخرى من مادة . كما يقول العالم

1- جاستون بوتول .المرجع السابق ص 11

الألمانى "زمل " – أن علم الاجتماع مهمته الجمع بين نتائج العلوم الاجتماعية الخاصة والربط بينهما والبحث فى الأحوال العامة للحياة الاجتماعية ، كذلك ذكر كنجسلى Kingsley Davis أن الحدود الفاصلة بين العلوم الاجتماعية غير واضحة من حيث الواقع ومن حيث المبدأ[1].

وحيث أن علم الاجتماع يستخدم نتائج العلوم الاجتماعية ، فقد يبدو لأول وهلة : أنه نوع من المسح لهذه العلوم . وحقيقة الأمر غير ذلك . إذ هو علم يلقى الضوء على العلاقات الاجتماعية ، مما جعل منه ميدانا مستقلا مميزا بالرغم من صلته بالعلوم الاجتماعية .

وهكذا فعلم الاجتماع هو علم تركيب وتعميم للإنسان فى كل علاقاته الاجتماعية وهو بذلك يعد ميدانه واسع ومعقدة ، ومن ثم كان على عالم الاجتماع أن يكون ملما بالعديدمن علوم الانسانيات أو العلوم الاجتماعية الخاصة ، وأن يستعين بالكثير من البحوث التى تقدمها تلك العلوم .

دعى هذا بعض علماء الاجتماع إلى تصنيف علمهم إلى علم الاجتماع العام والعلوم الاجتماعية الخاصة ، كعلم الاجتماع الدينى ، وعلم الاجتماع الأخلاقى ، وعلم الاجتماع القانونى ، وعلم الاجتماع الاقتصادى وعلم الاجتماع اللغوى .... ويعتبر سوروكن من أبرز المسايرين لهذا الاتجاه ، إذ قسم علم الاجتماع إلى علم الاجتماع العام وعلوم الاجتماع الخاصة ، بل أن تعريفه لعلم الاجتماع يبرز أهمية الخصائص العامة لمجموعات الظواهر الاجتماعية التى تكوّن أساس الحياة العامة فى المجتمع . ولكن أهم فارق بين علم الاجتماع العام والعلوم الاجتماعية الخاصة هو أن كل علم اجتماعى خاص يعالج ظاهرة واحدة من الظواهر الاجتماعية أو مظهر من مظاهر السلوك الانسانى بينما علم الاجتماع العام يعالج بطريقته هذا العالم ككل ، أى التاثير المتبادل بين هذه النظم ، كما يدرس هذه الظواهر من ناحية اتصالها بالمجتمع

1- د.محمد عاطف غيث . علم الاجتماع – النظرية والمنهج والموضوع ص 104 .

أى من حيث هى نظم اجتماعية . وعيه فمن المناسب أن نلقى نظرة على العلوم الاجتماعية الخاصة وصلة كل منهما بعلم الاجتماع العام .

1- علم السياسة :

هو فرع من فروع العلوم الاجتماعية ، يعرف بأنه علم " الدولة " [1] ، ويختص بدراسة مماسة الدولة لسلطاها والتنظيم والحكومة وأسلوب حكمها واختصاص السلطات القائمة ، وعلاقة الحاكم بالمحكوم ، أى علاقة الطبقة الحاكمة بأفراد المجتمع ، وحقوق وواجبات الأفراد ، ومدى مراعاة السلام والنظام داخل المجتمع . ويميل علماء السياسة إلى التركيز على دراسة النسق السياسى أو العملية السياسية أكثر من الاهتمام بدراسة الدولة كنظام سياسى .

وهكذا يهتم علماء السياسة بالسلوك السياسى وسعى الجماعات والتنظيمات والنظم المميزة عن الدولة وراء السلطة وتنظيم ونشاطات الأحزاب السياسية وجماعات الضغط وطبيعة الرأى العام والدعاية ، كما يشمل هذا العلم موضوعات مثل أصل وتطور الدولة ، وتفسير وتحليل ومقارنة النظم القائمة فى الوقت الحاضر ، وبناءات الحكومة والعمليات السياسية ، وأنساق القانون ، والعمليات والهيئات التى تشرع من خلالها القوانين ، وتؤدى مثل هذه الدراسات إلى الاهتمام بمواضيع الإدارة والعلاقات الدولية.

أما علم الإجتماع فيعنى بتأثير هذه النظم السياسية على النظم الإجتماعية الأخرى فى المجتمع من إقتصادية وتربوية وعائلية ...الخ ، كتأثير النظام السياسى على طريقة ونوع التعليم الشائع أو على نظام الأسرة وحقوق وواجبات كل فرد فيها . كما يدرس حقوق الأفراد وواجباهم وعاداهم وتقاليدهم فى ظل تلك النظم ، ويهتم بتأثير النظام السياسى على اتجاه التغير الاجتماعى . كما يهتم بالمقارنة بين أثر النظم السياسية المختلفة على النظم الأخرى فى المجتمعات التى تتباين فى نظمها السياسية.

---

1 -Anderson Roddee , & Christol, Introduction to Political Science p.4.

وتدخل هذه الدراسة فى إطار " علم الإجتماع السياسى " وهو فرع من فروع علم الإجتماع العام ، يهتم بتحليل النظم والظواهر السياسية فى علاقتها بالظواهر الإجتماعية الأخرى [1].

ولتفسير ذلك – تذكر أنه إذا النظام السياسى فى المجتمع ديموقراطيا فيكون لهذا صداه فى الحياة المختلفة فى هذا المجتمع ، فيتأثر بها التعليم وحرية الرأى ..الخ . فإذا قارنا مثلا بين أثر النظام السياسى فى كل من النظم التربوية فى ظل النظام الفاشى (ايطاليا) أو فى ظل النظام الألمانى النازى (هتلر) وبين أثر النظام السياسى على النظام التربوى فى ظل الديموقراطية ، نجد أن النظامين الأولين تتجه فيهما التربية إلى بذر بذور الخضوع المطلق ، وتقديس الشعارات وعدم إطلاق حرية الرأى ، والتعصب للجنسية، والحث على كراهية الشعوب المعادية . أما فى ظل النظام الديموقراطى فتتاح فرصة التعليم للأفراد وتبادل الآراء والأفكار والمناقشات ، ويشعر الفرد بذاته فى المساهمة فى الحكم ...الخ .

وإذا درس عالم السياسة الحكومة ، فإنه يدرسها كنوع خاص معين من النشاط الإنسانى بينما إذا درس عالم الاجتماع الحكومة فإنه يدرسها من زاوية الضبط الاجتماعي وفى علاقتها بالعادات كذلك فإذا تفهم عالم الاجتماع المظهر العام للضبط فإنه يتفهم أحد الحقائق العامة والهامة للوجود الإنسانى .كما يدرس عالم الإجتماع بعض الموضوعات السياسية ذات الطابع الاجتماعى مثل الدعاية وعلم اجتماع الجريمة.

وقد اهتم العديد من العلماء بما يسمونه " السلوك السياسى أو السلوكية السياسية، فى محاولة لفهم العلاقة المتبادلة بين الطابع السياسى والسلوك العلى للأفراد.

2- علم الإقتصا د :

الإقتصاد هو العلم الذى يهتم بالحياة المادية للمجتمع ووسائل تنمية موارد ثرواته. وما يتصل بذلك من نمو وسائل التكنولوجيا الحديثة ، وانتاج هذه الثروات وتداولها

1- Bothoul Gaston – Sociologie D, La politique p.7.

وتوزيعها واستهلاكها . كما يهتم بالعوامل أو العناصر التى تنتج السلع والخدمات ، وهى الأرض، والموارد الطبيعية ، والقيم الثقافية ، والمعرفة الفنية ، وكذلك العمل الذى يتمثل فى مهارات الأفراد ودوافعهم ، ورأس المال ، والموارد المتاحة للإنتاج ، والتنظيم، وتوزيع الدخول بين الأفراد والجماعات نتيجة للعمل الاقتصادى . ويبحث علم الاقتصاد فى الأسعار والعوامل التى تؤدى إلى انخفاضها وارتفاعها بقانون العرض والطلب التى تقرر أنه كلما زاد العرض وقل الطلب انخفض السعر ويهتم كذلك بمسائل كالنقود والسوق وتنظيم الأعمال .

عرفه " آدم سميث " بأنه علم الثروة ، وميدانه يقتصر على دراسة طبيعة ثروة الأمم وأسباها ومظاهرها الخارجية . وعرفه " الفرد مارشال " بأنه دراسة الناس فى حياقم العملية العادية [1] – أى نشاط الانسان من أجل وجوده وإعاشته .

ولا يستطيع أحد أن ينكر الاتصال الوثيق بين الأهداف الاقتصادية وبين الأهداف الاجتماعية فى المجتمع ، مما جعل الجانب الاقتصادى للحياة الاجتماعية أحد الفروع الأساسية التى يعنى بدراستها علم الاجتماع، ومما أوجد فرعا من فروع علم الاجتماع العام هو علم الاجتماع الاقتصادى.

ويمكن تعريف علم الاجتماع الاقتصادى بأنه" محاولة لتطبيق نماذج التفسير والتغيرات السسيولوجية والاطار المرجعى لعلم الاجتماع فى دراسة مجموعة من النشاطات المعقدة المتصلة بالانتاج، والتوزيع ، والتبادل واستهلاك السلع النادرة والخدمات .

ويهتم علم الاجتماع الاقتصادى بالتساند والتكامل بين البناءات الاقتصادية وغير الاقتصادية . فيدرس النظام الاقتصادى من زاوية أدوار الأنشطة الاقتصادية ، وتحت أى أنواع القيم الاجتماعية تشرع ، وتحت أى الشعارات تنظم ، وكيف تتفاعل المتغيرات الاجتماعية مما يؤدى إلى ظهور نظام اقتصادى جديد .

1– د.محمد عاطف غيث . علم الاجتماع – النظرية والمنهج والموضوع . ص ص 146–147

كما يهتم عالم الاجتماع الاقتصادى بالبحث فى العلاقة المتبادلة بين المتغيرات الاجتماعية والقرائن الاقتصادية وغير الاقتصادية – فيدرس مثلا – مدى اتصال الأدوار الأسرية والمهنية بالدور الوظيفى للمجتمع المحلى ، وعلاقة ذلك بالبناء السياسى ويحتوى التداخل هنا على موقفين يستقيم أو يتعارض فيهما البناء الاقتصادى وغير الأقتصادى ، إذ نتوقع أن نجد جهودا متعددة وردود فعل لهذه الجهود ومحاولات لضبط ردود الأفعال ، ومن تفاعل هذه العوامل تظهر نتائج متباينة كالتوازن والإنحراف [1]

ويكشف لنا هذا المفهوم عن محورين أساسيين يدور حولهما علم الاجتماع الاقتصادى: الأول أنه يمثل دراسة متخصصة للأنشطة الاقتصادية بالذات ومعنى ذلك أن عالم الاجتماع الاقتصادى يبحث فى كيفية صياغة الأنشطة فى وحدات احتماعية أو تنظيمات أو بناءات للأدوار، كما يهتم أيضا بالقيم التى تمنحها الشرعية، والمعايير والجزاءات التى تنظمها، والتفاعل القائم بين كل هذه المتغيرات السسيولوجية والمحور الثانى الذى يدور حوله اهتمام علم الاجتماع الاقتصادى هو التساند المتبادل بين المتغيرات السسيولوجية حين تتجسم فى السياق الاقتصادى والمتغيرات السسيولوجية التى يمكن أن نعتبرها بعيدة إلى حد ما عن المجال الإقتصادى.

ومجمل هذا أن عالم الاجتماع الاقتصادى يربط السلوك الاقتصادى للإنسان بغيره من الأنواع الأخرى للسلوك ، ويتمثل هذا فى اهتمامه بالعوامل الاجتماعية ، التى تسبق العوامل الاقتصادية وتحددها، إذ لو تناولنا أبسط طائفة من العلاقات الاقتصادية وأكثرها استقلالا فى ظاهر الأمر لوجدنا أنها تتضمن علاقات اجتماعية، لو تناولنا" قانون العرض والطلب – مثلا – وهو الذى ينص على أنه لكى يزيد البيع من السلعة يجب أن ينخفض السعر الذى يعرض به حتى تجد من يشتريها " لوجدنا أن نسبة البيع تختلف كثيرا – لا حسب نوع السلعة وكونها من الكماليات أو

1-د.محمد محمود الجوهرى وآخرون : ميادين علم الاجتماع ص ص 217 –228

الضروريات فحسب. ولكن أيضا تختلف هذه النسبة حسب عدة عوامل اجتماعية ، هى قوة العادات والموضة ومستوى المدينة والذكاء داخل الجماعة.

كذلك فإن هناك عوامل اقتصادية تسبق الظواهر الاجتماعية وتحددها وذلك مثل دراسة الحركة الصناعية كمؤثر فى الأخلاق أو فى الروح الطبقية أو فى مركز المرأة أو الدين.

كما أن هناك أثر لتوزيع الثروة على نظام الطبقات الاجتماعية ، ومدى الفروق الاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد ، وأثر هذه الفوارق على كيان المجتمع . كذلك أبرز علماء الاجتماع الدافع القوى للإنسان فى سبيل الحصول على مطالب المعيشة باعتباره أهم دافع فى حياة المجتمع .

والواقع أن هناك قدراً هائلاً من التساند الإمبيريقى بين المتغيرات الإقتصادية والسسيولوجية، فإهتمام الإدارة المستمر بمستويات الأجور داخل المنشاة (متغير اقتصادى) يمكن ان يؤدى إلى احداث تغيرات سياسية داخل المصنع وخارجه ، ففى داخل المصنع قد تنشأ زمر إجتماعية قوية متماسكة تضم اعدادا من العمال مما قد يؤدى إلى ظهور مشاعر مضادة لسلطة الإدارة، ومقاومتها باستمرار. وتؤدى هذه السياسة الإدارية خارج المنشأة إلى تكوين نقابة جديدة أو إلى إثارة حماس النقابة القائمة بالفعل مما يترتب عليه حدوث مزيد من الاضطرابات، والأنشطة السياسية التى يمكن أن تنتهى بتغيرات اقتصادية هامة [1].

ومن الجوانب التى يهتم بها عالم الاجتماع الاقتصادى — الروح المعنوية للعمال ومبلغ رضائهم عن أعمالهم ، هذا وإن كانت هذه تشمل حالات سيكولوجية ، إلا أنها تعتمد على مواقف اجتماعية مثل نوع الإشراف، ومشاركة العمال فى القرارات، وهذه تحدد استجابات العمال فى المنشاة الصناعية ، فهى تؤثر فى معدلات الغياب والحوادث والاصابات فى العمل ، واستقرار الإنتاج والصراع الصناعى.

1-د .محمد محمود الجوهرى وآخرون : المرجع السابق ، ص 218-219 .

كما يمكن لعالم الاجتماع الاقتصادى أن يلاحظ المتغيرات الإجتماعية فى المجالات الاقتصادية وغير الاقتصادية فى المنشأة الصناعية وذلك بدراسة أنساق المراكز ، والسلطة، والإنحراف. كما يمكن أن يدرس العلاقة بين العوامل الاقتصادية والعوامل غير الاقتصادية مثل القانون ، والأسرة ، والسياسة ، والدين ، والتربية ، والأخلاق ، وتقوده مثل هذه الدراسة إلى معرفة السياسة العامة ، والصراع الإدارى والعلاقة بين الطبقات الاقتصادية.

ويدرس عالم الاجتماع الاقتصادى العلاقة بين الإنتاج الإقتصادى وبعض المشاكل الاجتماعية كالسكان والجريمة والأسرة ، ويهتم بالعلاقة بين صور الإنتاج والتداول والاستبدال والتوزيع والإستهلاك والوسط الاجتماعى الذى تعيش فيه كل صورة من هذه الصور .

كذلك يدرس عالم الاجتماع الاقتصادى النظم الاقتصادية من زاوية اختلافها من مجتمع لآخر ، واختلافها فى المجتمع الواحد من فترة زمنية إلى فترة زمنية أخرى، فهناك – مثلا – مجتمعات صناعية ، وأخرى زراعية ، وثالثة رعوية ، ورابعة تعتمد على الصيد، وهناك مجتمعات لا تستخدم النقود فى عمليات البيع والشراء ، وإنما ينتج الأفراد ما يستخدمونه فى شكل جمعى .

والمثال الآتى يبين أنه يمكن لعام الاقتصاد وعالم الاجتماع الاقتصادى أن يدرسا موضوعا واحدا ، ولكن كلا منهما يتناوله من زاوية معينة : يدرس عالم الاقتصاد عمليتى التنافس والصراع فى المجالات الاقتصادية والصناعية ، بينما يدرس عالم الاجتماع الاقتصادى التنافس والصراع فى المجال الاقتصادى مع اعتبارهما أحد صور التنافس والصراع فى المجالات الاجتماعية .

ويهتم عالم الاجتماع الاقتصادى بهاتين العمليتين فى شكلهما العام – أى فى العلاقات الإنسانية فى عمومها – وليس فى المجال الاقتصادى أو الصناعى فحسب – أى أنه يبحث فى التنافس والصراع من أجل القوة والهيبة والكرامة فى مظهر العلاقات الأسرية وفى الحياة الدينية ، كذلك فإن الدراسات التفصيلية للتنافس

والصراع التى يقدمها عالم الاقتصاد ، يمكن أن يستفيد بها عالم الاجتماع فى تفسير هاتين العمليتين فى عمومها أى فى العلاقات الإنسانية عموما .

3- التاريخ :

ليس من السهل تحديد معنى كلمة "تاريخ " أو " تأريخ " أو " توريخ " فى قواميس اللغة العربية ، وكتب المؤرخين القدامى. فهى تبدو معربة عن الفارسية أو السريانية، أو حتى فى أصلها فى اللغة العربية الجنوبية لتدل على معان متعددة ، منها: تعريف الوقت، أو ذكر الأخبار الخاصة بعصر أوجيل ، وكيفما كان فإن كلمة تاريخ تدل بصفة عامة على العلم الذى يسعى إلى انقاذ الحقائق الماضية من النسيان [1] ، فهو يسعى إلى دراسة التطور الماضى للمجتمعات الانسانية ، وترابط الأحداث التاريخية ، والدوافع التى أدت إلى حدوثها. وهو يمثل تجارب الماضى خلال المرحلة التى كانت فيها السجلات المكتوبة متيسرة .

وكان علم الاجتماع فى مرحلة من مراحل علم تطورى تاريخى ، يهتم بالبحث فى المراحل المتتالية التى نمت فيها المجتمعات منذ العصور القديمة ، وكذلك مراحل تطور هذه المجتمعات منذ أن كانت بدائية إلى أن أصبحت متقدمة ، ومن ثم فعلم الاجتماع ذو ارتباط وثيق بعلم التاريخ وماضى المجتمعات المعاصرة [2].

ويهتم عالم الاجتماع حاليا بالجانب التاريخى ، إذ لاشك أنه عند دراسة أى موقف اجتماعى أو ظاهرة اجتماعية. لابد أن نعرف الظروف التى أدت إلى انبثاقها ، والتارخ يساعد على ذلك . فيبين لنا أصولها وتطورها ودوافعها ، فمثلا كثرة الجرائم قد ترجع إلى الرغبة المتأصلة فى الأخذ بالثأر . كذلك إذا أراد عالم الاجتماع دراسة النظام الاقطاعى فعليه الرجوع إلى تاريخ مجتمعات العصور القديمة والوسطى التى

1- د. عبد المنعم ماجد . مقدمة لدراسة التاريخ الإسلامى – تعريف بمصادر التاريخ الإسلامى ومنهاجه الحديث ص 12 .

2 -Guy Rocher , Introduction a la Sociologie Generale 2.1 organi/ation Sociale p.

كان هذا النظام سائدا فيها ، إذ لانستطيع فى علم الاجتماع أن نفهم الحاضر دون أن نعرف الماضى .

أما الحدود التى يقف عندها المؤرخ وعالم الاجتماع فتظهر لنا فى أن المؤرخ يسجل الوقائع، وعند دراسته لظاهرة الحروب المختلفة يشرح الدوافع التى أدت إليها ونتائجها، كما يبين الأحداث التفصيلية التى حدثت خلال الثورة، والحرب الأهلية، والحربين العالميتين الأولى والثانية ...إلخ .

أما عالم الإجتماع فإنه يدرس الصفات الاجتماعية التى تشترك فيها هذه الظواهر، ويهتم بالوقائع الماضية فى عموميتها وكليتها، وما تؤدى إليه من قواعد وقوانين ، وعند دراسته مثلاً لظاهرة الحروب فإنه لا يبحث عن أسباب نتائج حرب معينة ، وإنما يدرسها كظاهرة إجتماعية لها خصائصها ومميزاتها وتأثيرها فى المجتمع.

وأخيرا نذكر أن كلا من المؤرخ وعالم الاجتماع يمكن أن يتناول فى دراسته ظاهرة معينة ولكن كل منها يتناولها بطريقة مختلفة عن الآخر .

4- الجغرافيا :

يهتم علماء الاجتماع بالعوامل الجغرافية والأوضاع الطبيعية ، وتأثيرها فى حياة المجتمع من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ...الخ ، حتى أن بعضهم ينسب للعامل الجغرافى كل الأثر فى حياة المجتمعات .

فمثلا يدرس علماء الاجتماع أثر المناخ على سلوك الأفراد من حيث الجرائم الخلقية : كالسطو والقتل والنشاط الجنسى . كذلك اهتموا بالإختلاف بين سكان الجبال من حيث الطباع والمزاج والعادات والتقاليد والتصرفات عن سكان الوديان والسهول، واختلاف سكان الصحراء عن سكان القرى عن سكان المدن وكذلك اختلاف شكل المدارس فى البيئات المعتدلة عنه فى البيئات الباردة ، ففى الأولى قد يكون التعليم فى الهواء الطلق (الفصول المفتوحة)، بينما يصعب تنفيذ ذلك فى البيئات الثانية. ووجد علماء الإجتماع أن للعامل الجغرافى أثر على الوضع السياسى للمجتمع فالبلاد ذات الموقع الإستراتيجى لاتزال محط أنظار المستعمرين.

وقد نتج من تأثير العامل الجغرافى على الحياة الاجتماعية مايسمى بعلم الجغرافيا البشرية ، وهى التى تهتم بالعلاقات المتبادلة بين الإنسان والبيئة الجغرافية . أما الحدود الفاصلة التى يقف عندها كل من علم الجغرافيا ، وعلم الإجتماع ، فتظهر فى أن عالم الجغرافيا يبحث فى المناطق المختلفة من زاوية المناخ والأحوال الطبيعية، أما عالم الإجتماع فيبحث فى مدى أثر العوامل الجغرافية على الحياة الاجتماعية.

5- علم النفس PSYCHOLOGY :

هو أحد فروع وأجنحة علم الاجتماع [1] ، يبحث فى مجال دراسة سلوك الإنسان، ودوافع الفرد الداخلية [2] ، وانفعالاته وميوله الفردية وتفكيره وإحساسه وإدراكه وذكائه ، أى دراسة العقل والشخصية الفردية ، فمثلا يبين علم النفس أن الحرمان frustration يتسبب عنه إما الكبت depression الذى يؤدى إلى عقدة نفسية imperiority complex أو امراض عصبية أو عقلية mental diseases واما أن يتصف الفرد بصفة العدوان aggression التى تظهر فى مناقشاته مع الغير وقد يكون التعويض replacement نتيجة للحرمان ، وهنا يقتع الفرد المحروم ويستبدل بما حرم منه شيئا آخر .

وهناك كذلك علم النفس الفسيولوجى Physiological Psychology، وهو يهتم بالعمليات الفيزيقية Physical التى تتم من خلالها عمليات التفكير والشعور...إلخ .

ولما وجد علماء النفس أن الإنسان لايعيش إلا فى وسط بيئة اجتماعية يؤثر ويتأثر بها، فقد اهتم الكثير منهم بموضوع تفاعل الفرد مع بيئته، أو التفاعل بين شخصين أو أكثر وكذلك دراسة العلاقات المتبادلة بين الجماعات ، ومن هنا ظهر علم النفس الاجتماعى Social Psychology ، والذى تنصب الدراسة فيه على المحاكاة والتقليد والميول الاجتماعية كالمشاركة الوجدانية والتعاون والغيرية وغريزة التجمع والذوق

1-Peter Worsley , Introducing Sociology p.82.

2-Brigitte Maguin et Louis, Millet ; les Sciences aujoud hui p.89.

العام والقيادة والزعامة وتأثيرها على المجتمعات ، وكذلك دراسة الاتجاهات. وهكذا اقتربت وجهات النظر بين علم النفس الاجتماعى وعلم الاجتماع ، وأصبح هناك الكثير من الموضوعات المشتركة بين هذه العلمين ، فموضوع ديناميات الجماعة يدرسه علماء الاجتماع وعلماء النفس الإجتماعى فى ذات الوقت ، كذلك لا يستطيع عالم الإجتماع أن يبحث فى موضوع تفاعل الانسان مع بيئته وثقافته إلا إذا كان ملما بكثير من موضوعات علم النفس كالشخصية ، فالشخصية أحد الموضوعات التى يدرسها علم النفس، كما أنها احد أبعاد الحقيقة الاجتماعية التى يدرسها علم الاجتماع .

كما يدرس علماء الاجتماع الوحدات الإجتماعية نفسانيا ، ووجدوا أن هناك مجتمعات فردية النزعة Individualistic كالمجتمعات الصناعية ، حيث الأفراد مقفلون، ويهتم كل منهم بشئونه الخاصة ولا يقبل مشاركة الآخرين له . وهناك مجتمعات ذات نزعة اشتراكية Socialistic كالمجتمعات الريفية والزراعية ، فأفرادها يشاركون غيرهم فى أمورهم الخاصة .

كما أن هناك مجتمعات باردة الطبع والمزاج كمجتمعات أوربا الغربية الشمالية . وأخرى ثائرة المزاج كمجتمعات البحر المتوسط ، وثالثة اندفاعية كالمجتمعات الشرقية ، فهى تغضب بسهولة وترضى بسهولة ويسهل التأثير عليها. وفى أمريكا قام علماء الاجتماع بمحاولات لدمج علم النفس بعلم الإجتماع ، فى مجالات الوعى الجمعى والعلاقات الاجتماعية ، وأدى هذا إلى ظهور فروع جديدة فى علم النفس مثل " علم نفس الجماعة " ونظرية المحاكاه عند تارد Tard ونظرية الغرائز وروح الجماعة عند ماكدوجال " Macdougall "، والادعاءات السسيولوجية لعلم النفس التحليلى ، ونظرية روح الجماعة " لجورج ميد George Meed"[1].

ومع ذلك – ومهما كان اقتراب علم النفس من علم الاجتماع فإن هناك اختلافا بينهما فإطار علم النفس الفرد، سواء فى جوانبه النفسية Psche أو المظاهر الخارجية

1- A.Cuvilher, Mannuel de de Sociologie p.112.

المتمثلة فى علاقاته مع الآخرين. حقيقة أن علم الاجتماع يقترب من علم النفس . فهو يهتم بالسلوك، إلا انه يدرس السلوك الخاص بالتنظيمات والأنماط التى يتميز بها الانسان فى تماثله مع الآخرين. فجميع أفراد المجتمع يسلكون سلوكا متشابها فى ممارستهم لأدوار حياتهم – والسلوك الاجتماعى ليس مجرد سلوك عدد من الأفراد ، أو مايسمى " بعلم النفس الحشدى " فهو يختلف عن السلوك الفردى ، إنه نتاج جماعات اجتماعية يعيش فيها الفرد ويخضع لضغوط هذه الجماعات [1].

6- الأنثروبولوجيا الإجتماعية :

علم حديث نسبيا ، استخدم منذ نصف قرن أو يزيد، ويتميز على المفهوم القديم للأثنولوجيا، فكلمة انثروبولوجيا يستخدمها العلماء القدامى كما لو كانت تـــرادف الأثنولوجيا، وكان ذلك نتيجة نشاة الأنثروبولوجيا فى أحضان الدراسات والكتابات الأثنولوجية .وبدأ تدريس علم الأنثروبولوجيا فى جامعة أكسفورد 1884. وفى جامعة كامبردج عام 1900، وفى جامعة لندن عام 1908، وأنشى اول كرسى لأساتذية هذا العلم فى جامعة ليفربول عام 1908 ورأس القسم السير جيمس فريزر[2].

وإصطلاح الأنثروبولوجيا تعريب للإصطلاح الانجليزى Anthropology والاصطلاح الفرنسى L'Anthropologie، وهما يرجعان إلى كلمتين يونانيتين Anthropos بمعنى الانسان، Logia بمعنى علم أو دراسة – وهكذا تعنى الأنثروبولوجيا (علم الانسان) . وهى تهتم بدراسة الانسان فى أى زمان ومكان. إنه العلم الذى يدرس الانسان وأجداده وأصوله منذ أقدم العصور والأزمنة حتى وقتنا هذا ، كما أنها تدرس الانسان فى أى مكان فى انحاء العالم. وهكذا لا يتقيد هذا العلم بفترات الزمان أو بحواجز المكان . ولكنه يتقيد بإطار واحد هو "الانسان" فى جميع الأمكنة والأزمنة والعصور .

1- peter Worsely .op .cit .p.33.

2- Evans Pritchard –Anthropologie Socien trans par panoff Michel p.9.

ولا تدرس الأنثروبولوجيا الإنسان ككائن وحيد منعزل فحسب ، وإنما تدرسه ككائن اجتماعى يحيا فى مجتمع ويعيش فى ثقافة ، ومن هنا صدرت فى الأنثروبولوجيا فروعا متخصصة منها أنثروبولوجيا ما قبل التاريخ، والأنثروبولوجيا الفيزيقية، والأنثروبولوجيا الاجتماعية، والأنثروبولوجيا الثقافية. وقد تفرعت جميعا من الأنثروبولوجيا العامة التى هدفت فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر والقرن العشرين إلى دراسة الإنسان ككائن حيوى Biological وككائن اجتماعى.

وتعتمد الأنثروبولوجيا الفيزيقية (الطبيعية) على علم الحياة، وهى تتعلق بالجانب الطبيعى وتهتم بدراسة الجوانب البيولوجية – أى الخصائص والملامح العامة للبناء الفيزيقى للإنسان ، وكذلك تاريخ وتطور طبيعة تركيب الانسان الفيزيقى منذ أقدم العصور حتى عصرنا الحالى.

ويهتم الأنثروبولوجيون السيكلوجيون بدراسة التفاعل بين الثقافة والشخصية. وهم يعتمدون فى ذلك على علم النفس. ويهتم الأنثروبولوجيون الثقافيون بدراسة الانسان ككائن حضارى يعيش فى ثقافة. وترتكز دراستهم على ثقافة الشعوب بشقيها المادى واللامادى .

أما الأنثروبولوجيون الاجتماعيون فيهتمون بدراسة الانسان الاجتماعى وبالنظم والعلاقات الانسانية والبناءات الاجتماعية، وهم يعتمدون فى ذلك على علم الاجتماع والتاريخ والسياسة والقانون والاقتصاد. يهتم الإنجليز بالأنثروبولوجيا الاجتماعية، أما فى الولايات المتحدة فيهتم الانثروبولوجيون بالأنثروبولوجيا الثقافية .

والحقيقة أنه كثيرا ما يصعب الفصل بين هذه الاتجاهين الاجتماعى والثقافى . فالعلم الذى يدرس البناء الاجتماعى والعلاقات الاجتماعية غالبا ما يدخل فى دراسته ثقافة الشعب الذى يدرسه ، وفى هذا الصدد يذكر "موس ومالينوسكى " أن الأشياء المادية كالأدوات الصناعية والأسلحة والآلات يمكن أن تتضمن فى مجال كل من الأنثروبولوجيا الإجتماعية والثقافية ، ذلك أن الأنثروبولوجي الثقافي سوف يسير تدريجيا فى أبحاثه من تلك الأدوات والأشياء المادية إلى النظم الإجتماعية والسياسة

وأنواع الأنشطة الأخرى التى تجعل الحياة الاجتماعية ممكنة كذلك الانثروبولوجى الاجتماعى يبدأ دراسته بالحياة الاجتماعية ثم يسير منها تدريجيا إلى الأشياء المادية التى تستخدم فى المجتمع . وهكذا نجد تداخلا كبيرا بين علم الاجتماع والأنثروبولوحيا ، كلاهما يدرس البناء الإجتماعى والوظائف الإجتماعية .

ومع ذلك فهناك فروق عديدة بين العلمين نوجزها فى الآتى :

تختلف الأنثروبولوجيا عن علم الإجتماع من زاوية مجال البحث، فالأنثروبولوجيا تدرس المجتمعات التى نسميها بالبدائية أو المجتمعات البسيطة نسبيا، فقد ركز الأنثروبولوجيون الاجتماعيون والثقافيون دراستهم على المجتمعات التى توصف بالبدائية أو المتوحشة ويجب أن نفهم أن كلمة بدائى لا نعنى الشعوب التى لا حضارة لها، أو التى ليس لها تاريخ حضارى .ذلك أن الشعوب البدائية قد مرت بأطوار تاريخية طويلة قد تماثل فى طولها الأطوار التى مرت مجتمعاتنا – غير أنه لأسباب معينة وقفت عند حد معين من التطور . ولهذا فعندما يستخدم الأنثروبولوجيون كلمة "بدائى" فإنهم يقصدون بها الإشارة إلى المجتمعات الصغيرة سواء من ناحية عدد السكان أو المساحة أو تشعب العلاقات الاجتماعية والتى تمتاز ببساطة الفنون الآلية والاقتصاد وقلة التخصص فى الوظيفة.

ويتبين ذلك من محاضرة السير "جيمس فريزر" تحت عنوان: "مجال الأنثروبولوجيا الاجتماعية **The Scope of Social Anthropology** والتى ألقاها فى مايو **1908** بمناسبة منحه درجة الأستاذية الفخرية من جامعة ليفربول ، إذ حدد مجالها فقال : أعتقد أنه من الأوفق أن نميز بين علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الاجتماعية فنطلق التسمية الأولى على دراسة المجتمعات الانسانية بأوسع معانى هذه الكلمة ، ثم نقصر الأنثروبولوجيا الإجتماعية على قطاع خاص من هذا الحقل الفسيح الأرجاء وعلى ذلك يكون مجال الأنثروبولوجيا الاجتماعية محصورا فى دراسة الأشكال الأولى البسيطة للمجتمعات الانسانية ، وفى المراحل البدائية من تطورها ، فهى لاتشمل إذن دراسة المراحل الأكثر تطورا وتركيبا فى نمو المجتمعات ، ويستطرد قائلا : إن دراسة

الأنثروبولوجيا الاجتماعية هى محاولة علمية للكشف عما نسميه بالقوانين العامة General Laws التى تحكم الظاهرات وتفسر ماهى مجتمعات الإنسان ، حتى نتمكن بفضلها أن نتنبأ بمستقبل البشرية استنادا إلى تلك القوانين السسيولوجية العامة التى تنظم تاريخ الإنسان ، حيث أن الطبيعة البشرية إنما تتسم بأنها واحدة بعينها فى كل زمان ومكان.

ودعم (إيفانز بريتشارد) Evans Prichard هذا الرأى ، فذكر فى كتابه " الأنثروبولوجسا الاجتماعية " : أنه يمكن النظر إلى هذه الدراسة على أنها فرع من الدراسة الاجتماعية يهدف على وجه الخصوص إلى دراسة الشعوب البدائية .

ولكن لماذا يهتم بالمجتمعات البدائية ؟ يمكن الإجابة على ذلك بأنه فى القرنين السابع عشر والثامن عشر جذبت هذه المجتمعات انتباه الأدباء والفلاسفة إرضاء لنزعة التلهف نحو كل غريب وغير مألوف ، كما أنهم وجدوا أن دراسة هذا الانسان الذى يعيش فى تلك المجتمعات إنما يمثل الحالة الطبيعية التى كان يعيش فيها الناس قبل أن تظهر الحكومة المدنية ، هذا إلى أنهم وجدوا فى دراستها والاطلاع على أحوالها مجالا للمقارنة بين حال الإنسان المتحضر ، وحال الإنسان الذى يعيش على الطبيعة .

أما فى القرن التاسع عشر فقد اتسع نطاق الكشوف الجغرافية وأصبح الاهتمام بالشعوب البدائية يقوم على أساس أنها تهتم بعرض النظم فى أبسط صورها وأنها تساعدهم فى بحثهم عن أصولها، كذلك فإن المنهج السليم فى الأبحاث الإجتماعية يقتضى الانتقال من دراسة النظم البسيطة إلى دراسة النظم الأكثر تعقيدا .. وكذلك اهتم العلماء بدراسة هذه الشعوب خوفا من أن تتبدل وتتغير نحو الحضارة بسبب امتزاجها بالشعوب الأوربية بسرعة كبيرة ، فهذه الأنساق الإجتماعية التى فى طريقها إلى الزوال تعتبر نماذج بنائية فريدة سوف تسهم دراستها مساهمة فعالة فى فهم طبيعة المجتمع الإنسانى لأن الذى يسهم فى الدراسة المقارنة للنظم ليس عدد المجتمعات المدروسة ، وإنما مدى تنوع هذه المجتمعات وتغايرها ، فإذا لم تبادر بدراستها الآن نفذت الفرصة وتضيع إلى الأبد. ولكن هذا لايعنى أن الأنثروبولوجيا تقتصر إهتمامها

على تلك المجتمعات، فقد اهتم الأنثروبولوجيون فى القرن العشرين بدراسة المجتمعات البسيطة نسبيا، ومن ذلك ما قام به الأنثروبولوجيون الأمريكيون من دراسة التجمعات الفرعية فى المجتمع الأمريكى، ومثال ذلك الدراسات التى قام بها ليند Lynd وورنر Warner فى أمريكا عن الطبقات فى المدن الأمريكية .

ومن هنا أكد (إيفانز بريتشارد): أن الأنثروبولوجيا الإجتماعية من الناحية النظرية تدرس كل المجتمعات الإنسانية لا المجتمعات البدائية فقط ، حتى ولو كانت من الناحية العملية توجه معظم جهودها إلى النظم الاجتماعية عند الشعوب الأكثر بساطة . هذا هو مجال الأنثروبولوجيا الاجتماعية . بينما يهتم على الاجتماع بدراسة المجتمعات الإنسانية بأوسع معانيها .

وتختلف الأنثروبولوجيا الاجتماعية عن علم الاجتماع فى أن الأنثروبولوجى الاجتماعى يدرس المجتمع ككل – أى نواحى الحياة الاجتماعية فيه ، وينظر إليه نظرة عامة شاملة ، إذ يدرس فيه البيئة العامة (ألايكولوجيا) ونظمه الاقتصادية والقانونية والسياسية ، كما يدرس العائلة ونظم القرابة والعادات والتقاليد وغير ذلك على أنها أجزاء فى نسق إجتماعى عام . هذا وإن درس ظواهر معينة فإنما يدرسها من وجهة نظر ارتباطها بالبناء الاجتماعى الكلى والثقافة الكلية. أما عالم الاجتماع فدراسته تكون متخصصة إلى حد كبير. كما أنه قد يتعدى نطاق دراسة النظم الاجتماعية التى يقوم عليها بناء المجتمع ، ويدرس مشكلات إجتماعية قائمة بذاتها كالطلاق والجريمة والبطالة والجنون والإضطرابات العمالية ويحاول أن يفسر نشاتها وأسبابها.

كذلك يختلف المنهج فى كل من الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع ، فالأنثروبولوجى يدرس المجتمعات البدائية دراسة مباشرة ويعتمد على الملاحظة المباشرة أو قد يستعين بالمخبرين المحليين الذين يزودونه بالمعلومات أو التفسيرات التى قد يعجز عن إدراكها، ويعيش فيها لمدة شهور أو سنين وعليه أن يلم بلغة المجتمع بينما قد يعتمد عالم الاجتماع فى الغالب على الوثائق والإحصائيات. كذلك تختلف الأنثروبولوجيا الاجتماعية عن علم الاجتماع فى أن مؤلفات علم الأنثروبولوجيا – كما يقول

روبرت ريفيلد – لاتشمل على قضايا عامة وافية قابلة للتطبيق على كل حالة ضمن فئات محددة تحديدا دقيقا . أما علم الاجتماع فإنه يستهدف الحصول على قوانين ونظريات عامة تخضع لها الوقائع الإجتماعية.

7- الإثنولوجيا :

الإثنولوجيا هى علم دراسة الشعوب، وهذا ما يعنيه الأصل اليونانى **Ethnos** وتعنى دراسة الشعوب، فهى تهتم بدراسة الأجناس البشرية مستهدفة البحث فى الصفات المميزة طبيعية كانت أم خلقية للأنواع المختلفة ببنى الإنسان الذين يسكنون على ظهر الأرض – أى دراسة خصائص الشعوب اللغوية والثقافية والسلالية وهى تهتم بالدراسة المقارنة للمميزات الطبيعية للأجناس البشرية وعمل تصنيف للشعوب يقوم على الظروف الثقافية لكل منها .

وللتفريق بين الإثنولوجيا **Ethnology** والأثنوجرافيا **Ethnography** نذكر ان الأخيرة هى الدراسة الوصفية المقارنة لمجتمعات وثقافات الإنسان ، مثل مقارنة صناعات وأدوات مجتمع معين ببقية المجتمعات الأخرى والقائمة الآن بالفعل ، وتلك هى المقارنة الأفقية وعلى ذلك تنحصر دراسة الاثنولوجيا على الناحية الوصفية الحضارية ، أى فى مجرد جمع البيانات دون تفسيرها أو تحليلها.

أما الأثنولوجيا فهى الدراسة الرأسية لمظاهر الثقافة بشقيها المادى واللامادى مع محاولة التعرف على ماضى تلك السمات ، والظاهرات الثقافية . وهذا يعنى أن الدراسة الأثنوجرافية إذا كانت مقارنة فى المكان **Space**، فإن الدراسة الاثنولوجية إنما هى مقارنة فى الزمان **Time** خاصة الزمان الماضى المنقرض. ومن ناحية أخرى فإن الاثنوجرافى بعد أن يجمع البيانات يأتى دور الاثنولوجى بعد ذلك لكى يستفيد من البيانات التى تفسر الحقائق الاثنوجرافية وإقامة النظريات التى تتعلق بطبيعة التصرفات الإنسانية والنماذج الحضارية ووظائفها [1].

1- د.محمد محمود الجوهرى . الأنثروبولوجيا الاجتماعية ص 16 .

وللتفريق بين الأثنولوجيا والأنثروبولوجيا الاجتماعية نذكر أن الأخيرة تدرس السلوك الاجتماعى الذى يتخذ فى العادة شكل نظم إجتماعية - كنظام الأسرة والقرابة، والنظام السياسى، والنظم التشريعية، والعقائد الدينية وما شابه ذلك، كما تهتم بتوضيح العلاقة بين هذه النظم سواء فى المجتمعات المعاصرة أو المجتمعات التاريخية التى يوجد لدينا عنها معلومات مناسبة ويتحقق ذلك بالدراسة الحقلية Field - Work ، بينما تهتم الإثنولوجيا بتصنيف الشعوب ودراستها من ناحية صفاتها والخصائص المميزة لأجناس الإنسان من حيث الملامح الفيزيقية والخلقية السائدة بين بنى البشر . وكذلك تفسير توزيع هذه الشعوب فى الوقت الحاضر أو فى الماضى عن طريق الهجرات والاختلاط والانتشار الحضارى .

والواقع أنه من العسير أن نميز بين العلمين تمييزا دقيقا فمجال الدراسة فيهما يكاد يكون واحداً من ناحية أن كلا منهما يهتم بالحضارات والمجتمعات الانسانية فى أى مكان فى العالم ، كما انهما يشتركان أيضا فى ناحية أخرى هى التركيز على دراسة المجتمعات والحضارات التى نسميها بالبدائية .

8- الخدمة الإجتماعية :

يخلط الكثيرون بين علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية من حيث التعريف أو الأهداف، ولكن الواقع أن الخدمة الاجتماعية هى علم أو فن تطبيقى يهدف إلى تنسيق الخدمات التى تقوم فى المجتمع، وإلى مساعدة الناس على حل مشاكلهم ووصف العلاج اللازم للمرض الاجتماعى ، ووسيلته فى ذلك دراسة العلاقة بين الفرد وما يحيط به من أقران، والظروف الاجتماعية والعوامل الثقافية المحيطة به، ويعتبر علم النفس وعلم الأمراض العقلية أحد الأسس التى يعتمد عليها علم الخدمة الاجتماعية. أما علم الاجتماع فهو علم يقوم على الدراسة الموضوعية للظواهر الاجتماعية أى أنه يتفهم السلوك الإنسانى داخل إطار الجماعة ويدرس الإنسان فى علاقته مع ثقافة مجتمعه وبيئته ، ويحلل ذلك تحليلا علميا دقيقا ، ويوجد القوانين لما

يقوم بدراسته ، مما يعين الأخصائيين الاجتماعين على رسم خططهم الاصلاحية ، قبل مباشرتهم الإصلاح حتى يكون عملهم مبنى على أسس سليمة .

ولتوضيح ذلك نذكر أن علم الاجتماع يدرس – مثلا – الأسرة من حيث هى نظام إجتماعى ومدى تأثرها بأحوال المجتمع ونظمه الأخرى ، وفى مجال التطبيق يدرس مشكلاتها وأسبابها – كالطلاق وتعدد الزوجات، أما علم أو فن الخدمة الاجتماعية فيهتم برسم خطط الاصلاح الاجتماعى. ومن هنا يظهرلنا مدى الارتباط الوثيق بين علم الاجتماع وعلم الخدمة الاجتماعية. ويجب أن يوضع فى الإعتبار أننا لانقصد أن نضع الخدمة الاجتماعية فى مرتبة أدنى من علم الاجتماع ، لأننا لم نقم بتقييم العلمين ، وإنما نقصد فقط أن نبين الفرق بينهما .

9- الدين :

الدين هو الجانب المقدس فى حياة الأفراد والاحساس به (إنسانى فردى) ويهتم فقهاء وعلماء العلوم الدينية بالدين على أساس الذود أو الدفاع عن عقيدة من العقائد أو تبرير طقس من الطقوس الدينية ، ويقوم رجل الدين بدور الواعظ أو المبشر أو الداعى لعقيدة أو لمثل معينة ، ويدرس الظاهرة الدينية ذاتها .

إلا أن للدين أيضا جانب مقدس فى حياة الجماعة ، والإحساس به كذلك اجتماعيا ، لأنه لايتضح ولا ينمو ولا يمكن القيام بشعائره إلا فى جماعة . وقد أثبتت الدراسات الأنثروبولوجية أن رؤساء القبائل المتأخرة كانت لهم سلطة روحية بجانب سلطتهم السياسية كذلك فإن الأشكال الأولية للجماعات البشرية لم تستطع أن تحقق وحدتها وتكاملها وترابطها وتضامنها إلا عن طريق عواطف صوفية تضم عناصر اجتماعية . ولهذا يقرر علماء الأنثروبولوجيا [1]. أن الوحدة الاجتماعية تعد فى آن واحد هيئة صوفية وسياسية واقتصادية وتثقيفية وتشريعية وقضائية وفنية. ومن هنا يدرس علماء الإجتماع الدين من زاوية كونه ظاهرة إجتماعية لها طقوسها ومعتقداتها

1- د. أحمد الخشاب . الإجتماع الدينى ص 146 .

هذه الزاوية يستطيع علم الاجتماع القانونى أن يقدم إسهامات إلى علم الاجتماع نفسه ، كما يستطيع أيضا أن ينمى المعرفة بالذات بالنسبة لممارس القانون ، وطالما أن المعرفة بالذات متصلة بالنمو الأخلاقى إتصالاً وثيقاً فإنه يكون أكثر الإسهامات الخاصة بعلم الاجتماع أهمية. ويدرس عالم الاجتماع القانونى الحقيقة الاجتماعية الكلية للقانون ، ويهتم بالقوانين من زاوية تأثيرها فى النظم الاجتماعية المختلفة وتأثرها بها. كما يعالج التأثيرات التى تمارسها عدد من الظواهر الاجتماعية على القواعد والنظم القانونية كالتنشئة الإجتماعية، وأنساق القيم، والتقسيم الطبقى، والسلوك الجمعى، والتيارات السكانية.

ويدرس كذلك تطور النظم القانونية التى يستعملها المحامون والقضاه للوصول إلى الأحكام والعوامل الإجتماعية التى أدت إلى هذا التطور. كما يدرس قواعد معينة كالحقوق المتبادلة بين القاضى والمحامى والتركيب الإجتماعى للنظام القضائى الذى يتضمن المدعى والمدعى عليهم وهيئة الدفاع والقضاة، وتصور رجال القانون لذواتهم أو أدوارهم ومراكزهم ومكانتهم كما يتناول مسلك مهنهم وأمور أخرى تؤثر فى النزاهة، وكذلك الدعوى شبه القانونية وتوقعات الطبقات المختلفة لها.

ولتوضيح الفارق بين علم القانون وعلم الإجتماع القانونى ، نذكر ان علم القانون يدرس الملكية من حيث أنها حق يتنقل بالبيع والشراء والميراث والهبة والوصية. بينما علم الاجتماع ينظر إلى الملكية باعتبارها ظاهرة اجتماعية فيبحث عن نشأتها وتطورها وأشكالها والآثار الإجتماعية المترتبة على السياسة العامة لتوزيع الملكيات وأثر ذلك على نظم الحكم، وعلى انقسام المجتمع إلى طبقات إجتماعية ، وما يترتب على ذلك من مشاكل إجتماعية .

11- علم الاخلاق :

الأخلاق علم معيارى **Normative** يبحث فيما يجب أن يكون عليه السلوك الإنسانى. ويهتم بالإجابة عن تساؤلات حول موضوع الخير الأسمى للإنسانية ، والحق والواجب ، والصواب والخطأ.

وكذلك المشكلات التى تثيرها مثل الإلتزام الأخلاقى، ومعنى الفضائل ،وتبين لنا الخير والشر ، والعلاقة بين خير النفس الإنسانية وخير الآخرين .

وهذه كلها مسائل فلسفية ، إذ لاتوجد نظرية متفق عليها بشأن مثل هذه المسائل، وهى تختلف حسب خلق الفيلسوف وعمق تفكيره ، فإذا قلنا أن السعادة هى الهدف الأسمى لحياة الإنسان، فإنه يمكن معارضة هذه بعبارة تقرر أن الناس يجب أن لا يبحثوا عن السعادة ، كذلك فإن منهج دراستها يخرج عن منهج الأسلوب العلمى وحدوث الإثبات والإستقراء والواقعية ، فكافة الدعوى الأخلاقية إنما تدور حول القيم ، وليس فى استطاعتنا أن نؤكدها أو ندحضها إلا عن طريق تقديرنا الشخصى لقيمتها .

ولهذا يمكن أن يكون للأخلاق تاريخ وفلسفة ، ولا يمكن أن يكون للأخلاق علما، الأخلاق إذن هى فلسفة ، أما علم الاجتماع فهو علم .

دعى هذا عدد من علماء الاجتماع أن يدع جانيا القيم والقواعد الأخلاقية ، ويقتصر على ماهو موجود بالفعل تمشيا مع روح العلم. ولكن من الواضح أنه من العبث تجاهل الاعتقادات فى المثل العليا لأنها قطعا تؤثر فى السلوك والتغير الاجتماعى وعليه نظر عدد من علماء الاجتماع إلى القواعد الأخلاقية على أنها فئة من الظواهر الاجتماعية، فدور كايم أراد أن يعمل من الأخلاق علما وضعيا — أى يدرس الظواهر والنظم الأخلاقية فى المجتمعات الإنسانية ويحاول أن يستخلص منها القوانين التى تخضع لها هذه الظواهر، ويرى أن للظواهر الأخلاقية كل صفات الظواهر الاجتماعية كالعمومية والاستقلال ، كما أنها ملزمة وليست صادرة من الفرد، وإنما من المجتمع .

وذكر ماكيفر [1] هذا الصدد: إن الذين يريدون من علم الاجتماع علما طبيعيا لادخل له بالقيم الأخلاقية إنما يسقطون من الحساب تلك الخصائص المتعلقة بالعلم

1- رم ماكيفر : الجماعة (دراسة فى علم الإجتماع) – ترجمة محمد على أبودرة ولويس اسكندر – راجعه د.محمد حسن الساعاتى – 1968.

الذى يعالجه هذا العلم فى محاولة يائسة لتقليد العلوم التى لا تتصف بهذه الخصائص. ويضيف أنه لا يمكن أن يهتم بالمجتمع اهتماما صحيحا إلا إذا أقمت اهتمامك به على أساس أنه يحقق قيما إنسانية . وذلك لأن أهداف الناس هى التى رسمت أشكاله أساسا وهى التى يعتمد عليها نموه كل الاعتماد . إن وجود المجتمع نفسه يعنى وجود هدف أخلاقى لدى أعضائه. ولهذا فإن رجل الإجتماع الذى يفتقر إلى الاهتمام الأخلاقى ولا يهتم بالظروف الاجتماعية قياسا إلى القيم لا يعدو أن يكون رجلا مظهريا وسطحيا فى علمه .

ولكن – ماهى اهتمامات عالم الاجتماع فى مجال علم الأخلاق ؟

يهتم عالم الاجتماع فى مجال علم الأخلاق بين نتائج هذا العلم ومشكلات التنظيم الاجتماعى والنمو الاجتماعى ، ويبحث كذلك فى المدى الذى تكون فيه الظروف الاجتماعية القائمة والعلاقات الراهنة بين الناس من أهم العوامل التى تدفع أو تعوق تحقيق المثل العليا ، وإلى أى مدى يمكن أن يحدث تغيير إجتماعى تتحقق فيه هذه المثل – ذلك أن الأخلاق جزء من السلوك الإنسانى وتتأثر بنمو النظام الاجتماعى والعوامل الاقتصادية والسياسية ، وبالمعتقدات الدينية والتقدم العلمى الشامل ، فكل فرد منا يتلقى العناصر الأساسية لضميره الأخلاقى من الوسط الإجتماعى الذى يولد وينشأ فيه، وذلك عن طريق الثقافة العامة والتثقيف المنظم بتأثير عادات المجتمع وعقائده وحكمه . وأخيرا يمكن القول أنه مادام عالم الإجتماع لا يخلط بين ما يريد وجوده وبين ما هو موجود ، وما دام لا يسمح بتقديره الذاتى – أن يشوه الحقيقة الموضوعية ، فإن مالديه من علم الإجتماع وما لديه من علم الأخلاق لن يتصارعا .

12- التربية :

مجالها التربية والتعليم ، ويهتم علم الاجتماع بها من زاوية كونها إحدى الظواهر الاجتماعية ، فهى ليست من صنع فرد معين ، ولكنها تمثل ضرورة إجتماعية لابد من قيامها فى المجتمعات البشرية ، وهى تؤثر وتتأثر بغيرها من النظم الاجتماعية الأخرى ، وهى نتيجة للتفاعل الاجتماعى فى الماضى والحاضر ، وهى سلطة إجتماعية تتمثل فى

تربية شاملة عقلية وجسمانية وأخلاقية وهى تهدف إلى ربط الفرد بالمجتمع ، حتى يشعر بالتضامن والتماسك مع مجتمعه ، ويعرف أنه مرتبط مع أقرانه فى المجتمع بتراث إجتماعى واحد وهى تختلف من مجتمع إلى مجتمع ، ومن عصر إلى عصر فى المجتمع الواحد. وعليه تعتبر التربية إحدى الظواهر الإجتماعية ، وهى إذن فرع من فروع علم الاجتماع ، بل ومن أقدم فروعه .

13- اللغويات :

يهتم علم اللغويات بتحليل اللغات فى زمن معين ، ويدرس النظم الصوتية وقواعد اللغة والمفردات ، وفى هذا يعتمد عالم اللغة على اللغة الكلامية . كما يهتم بالجانب التاريخى والمقارن للغة ، حيث يدرس علم اللغويات العلاقات التاريخية بين اللغات التى يمكن متابعة تاريخها عن طريق وثائق مكتوبة .

هذا وتوجد علاقة وثيقة بين علم اللغويات وعلم الاجتماع ، فاللغة — دون شك — خاصة بالجماعة ، وهى موجودة قبل وجود الفرد ، والفرد يولد بلا لغة ثم يكتسبها من الجماعة باعتبارها تراثا جماعيا ، وليس فى هذا الميراث أى نوع من الاختيار ، فهو لايملك التدخل فى اختيار مفرداتها أو تنظيم قواعدها ، وهى وسيلة من وسائل تنظيم المجتمع الانسانى، وتقوم بدور فعال فى تماسك المجتمع ، وهى القوة المغناطيسية التى تقرب بين الأفراد، وهى الوسيلة التى مكنت الانسان بأن يحتفظ بأجزاء من التراث الاجتماعى، وهى كذلك خاضعة للتطور، شأنها شأن المجتمع، والدليل على ذلك موت اللغة اللاتينية، ولكن الحقيقة أنها لم تمت ، بل تغيرت واشتقت منها لغات أخرى ، أبرزها اللغة الفرنسية والايطالية والأسبانية .

كذلك توقف الناس عن استعمال لغات كثيرة، ومن ذلك لغة (كورنوال) Cornish، وهى لغة كلتية كان يتكلمها أهل الجزر البريطانية ثم حلت محلها الإنجليزية. وكذلك اللغة القبطية فى مصر والبربرية فى أقطار شمال أفريقية . فقد حل محلها اللغة العربية . وقد أدرك مالينوفسكى عندما كان يدرس المجتمعات البدائية أن دراسته لن تصح دون معرفة الوظيفة التى تقوم بها اللغة فى المجتمع ، ووصل إلى أن

وظيفة اللغة ليست مجرد وسيلة للتفاهم أو التوصيل ، بل هي حلقة في سلسلة النشاط الإنساني المنظم ، وهي جزء من السلوك الإنساني ، وهي ضرب من العمل وليست أداة عاكسة للفكر فاصطناع اللغة في الاجتماعات الدينية كالصلاة والدعاء ومخاطبة الله أو المعبود أو أية كائنات مقدسة أبعد من ان يكون نقلا للفكر.

كذلك توصل بعض العلماء إلى أن هناك علاقة بين وجود اللغة وبين الجنس ومن ذلك العالم " فريدريك سوللر Fredrec Sollar "[1] ، إذ صنف اللغات طبقا للمميزات الإثنولوجية واستعرض لغات الشعوب الجعدة الشعر واحدة واحدة ، ثم لغات الشعوب ناعمة الشعر. كما توصل بعض العلماء إلى أن اللغات الهندوأوربية اسمى من سواها كالسامية والحامية. والحق أنه لاعلاقة بين سمو اللغة وانحطاطها ، وبين الميزات الجنسية كلون الشعر أو تجعده أو نعومته ، ولون العينين ، ولون البشرة . وشكل الرأس والجمجمة وفي هذا يقول العالم اللغوي الأمريكي "هوتيني " لاينبغي الخلط بين المميزات الجنسية المختلفة التي لايمكن تحصيلها إلا بالدم وبين النظم من لغة ودين وثقافة ، هذه التي تعد أحيانا قابلة للنقل ، تعار وتتبادل .

14- علم الجمال :[2]

يجسم الفن طائفة واسعة من التجربة الإنسانية ، والعواطف ، والمعتقدات ، والأفكار، ويعبر عنها في صور جمالية تخاطب الحواس وتوقظ الإستجابات العاطفية

1- د.محمود السعران . اللغة والمجتمع - رأى ومنهج - ص ص 76 -77 .

2-التفاصيل أنظر المراجع الآتية :-

1- Cottschalk . D.W. - Art and the social order .University of Chicago press.
2- Edman , Irwin – Arts and the Man , New American Library 1949.
3- Hauser .Arnold –the sociology of Art, Vintage Book 1957.
4- James Barnett – The Sociology of Art in sociology today by martin and others – Hardest Torchbook Editor, New York 1965.
5- plekanov, G . V. Art and Social Life Laurence and wishart L.L.D.1658.
6- Sewter .A.G.-The possibilities of Art –Social press, 1945.

والفكرية فى العقل البشرى . وربما أمكن لأغراض الدراسة تقسيم هذا الميدان من ميادين الثقافة إلى الفنون الجميلة: وهى الموسيقى والأدب و الفنون المرئية ، والفنون المركبة Combined Arts كالرقص والمسرح والأوبرا، والفنون التطبيقية Applide Arts التى تتضمن بعض الأنواع الخاصة كالخزف وتصميم النسيج والرسم الدقيق . كذلك هناك الفنون الواسعة الإنتشار والتى تتمثل فى السينما وموسيقى الجاز وقصص المجلات والتمثيليات الإذاعية والتليفزيونية [1].

هذا ولا تستطيع عملية الخلق الفنى أن تنقص من أهمية القوى التاريخية التى تحدد أشكال الفن ، وبمعنى آخر فإن قوى الأفعال الاجتماعية خلال فترة زمنية معينة هى التى تحدد عملية الخلق الفنى . إذ لا يقوم الإختراع الفنى على التصورات فحسب – كما هو حال عملية الترفيه أو شرود الذهن أو التفكير فيما هو فوق الطبيعة وإنما تقوم عملية الخلق الفنى على تحليل كل الرموز الاجتماعية . وعليه تفترض تجارب تختلف كل مرة عن الأخرى حسب اختلاف العلاقات الاجتماعية والعواطف والمشاعر . وهكذا يعالج الفن نموذج معين من المجتمعات [2].

وتعتبر عملية الخلق هذه، ووظيفة الفن بكوادره المختلفة أساس علم اجتماع الجمال وهو علم حديث نسبيا، يستند إلى المساهمة فى حل بعض المشكلات السسيولوجية الفنية ، كطبيعة التفاعل الإجتماعية ، وأساليب التغير الثقافى . ويمكن لدراسة الفن – بجميع أنواعه – أن تلقى ضوءا كبيرا على هذه الظواهر الاجتماعية لأن وجودها يعتمد على نقل المعانى ، والفن يهتم فى جوهره الحقيقى بالتعبير عن العواطف والأفكار ونقلها فى صورة رمزية ولا شك أن دراسة ما يجب على الفنان أن (يقوله وكيف يقوله ، وكيف ستقبل رسالته من جانب الجمهور) يمكن أن تزيد فهمنا لعملية الإتصال الإجتماعى الواسعة التى تجعل المجتمع شيئا ممكنا .

1- محمد محمود الجوهرى وآخرون : المرجع السابق ص 449

2 -Giam Duxi jnaud , ; sociologie l`Art p.59.

وعلاوة على ذلك يمكن أن يكون الفنان المبدع نفسه بؤرة مفيدة لدراسة التغير الاجتماعى والثقافى ، لأنه غالبا ما يكون حساسا بدرجة زائدة لما يعترى النظام الاجتماعى من توترات ، ومن الراجع أن انتاجه سوف يعكس إحساسه هذا.

هذا ويمكن لعالم الإجتماع أن يدرس الفن ومعايير الجمال من زاويـة ارتباطهـا بالحياة الاجتماعية، ويوجه جهوده نحو دراسـة العلاقـات الاجتماعيـة والأبنيـة الاجتماعية والمعايير والأدوار التى تتميز بهـا مهمـة الفنـان، ذلـك أن الدراسـة السسيولوجية للفن تساهم فى فهم كل البناء الاجتماعى والتغير الثقافى .

الخلفيات الفكرية لعلم إجتماع الفن :

نذكر فى هذا المقام مؤلفات مدام دى ستيل De Stael [1] خاصة كتابها بعنوان " عن الأدب من حيث علاقاته بالنظم الاجتماعية"، والمنشور عام 1850 وهو يتناول علاقة العنصر Race والمناخ بالأساليب الأدبية ، وكذلك آثار المرأة والدين على الفن. وأكدت مدام دى ستيل أن أدب أى مجتمع من المجتمعات يجب أن ينسجم مع المعتقدات السياسية السائدة فى ذلك المجتمع .

وكانت ترى أن الروح الجمهورية الصاعدة فى السياسة الفرنسية يجب أن تنعكس فى الأدب بتقديم شخصيات المواطنين والفلاحين فى أعمال جادة – كالتراجيديا مثلاً. بدلا من قصرها على الكوميديا . كما ترى أن الأدب يجب أن يصور المتغيرات الهامة فى النظام الاجتماعى .

وكان ماركس يرى أن نظام الإنتاج الموجود فى وقت معين يحدد مضمون الفنون وأسلوبها فى ذلك المجتمع. ويرى كذلك أن التفضيل الفنى يختلف تبعا للوضع والنظرة الطبقية. وهكذا نجد مثلا أنه بينما كان الفلاح الإنجليزى يغنى ويرقص للأغانى الشعبية كانت الأرستقراطية تحتقر هذا النوع من الموسيقى مفضلة عليه الأنشودة الغزلية. وعرض أرنست جروس Gross فى كتابه بعنوان " بدايات الفن " الصادر

---

(1) د. محمد محمود الجوهرى وآخرون :المرجع السابق ص ص 451– 494 .

عام 1893 – القضية التى مؤداها أن الفن يعكس مرحلة التنظيم الإقتصادى التى يعيش فيها المجتمع .

وناقش جروس تغير وظيفة الفن من العصور القديمة حتى الحضارات الحديثة . وقدم الرأى الذى مؤداه أن أهم وظيفة إجتماعية للفن عند الشعوب البدائية هى التوحيد بالمجتمع ، بينما يستهدف الفن عند الشعوب المتحضرة – علاوة على ذلك إثراء العقل والعواطف السمو بها.

والفنان من وجهة نظر علم الإجتماع – يولد فى مجتمع ذى ثقافة خاصة . وينشئه مجتمعه تنشئة إجتماعية بطريقة تؤثر فى شخصيته ، كما تؤثر – بوجه خاص – فى إتجاهاته إزاء الفن ، ودخوله إلى العالم الفنى عن طريق التدريب الرسمى ، أو التلمذة ، أو جهوده الفردية . وما أن يتخذ الفنان الفن حرفة له حتى نجده يعمل فى الفرع الذى اختاره ، مستخدما الأساليب الفنية ، والتراث والقيم والمواد التى يقدمها له مجتمعه . فهذه الأشياء "تنتقل " اجتماعيا ، وعلى الفنان أن يستخدمها أو أن يبتكر أساليب جديدة يعبر بها عن آرائه ، وقيمه وعواطفه الفنية.

وإذا ما أراد أن يعيش كفنان ، فإن عمله كفن يجب أن يتخذ رد فعل مناسبا لدى جزء على الأقل من جمهور الفن ، ولكى يتوصل إلى هذا يجب أن يجذب انتباه جمهور معين ، ويفرض هذا بدوره الإتصال المستمر بالمؤسسات والأجهزة المختلفة العاملة فى هذا الميدان ، مثل المعارض الفنية ، ودور النشر ، ولجان الأوركسترات السيمفونية ، ذلك أن هذه الأجهزة قادرة على تحديد أى الأعمال الفنية يمكن أن يكون قادرا على التأثير فى جماهيرالفن ، واستجابه الجماهير والنقاد.

وهذه تحدد بشكل مباشر مصير العمل الفنى ، وقد تدفع الفنان إلى أن يغير أسلوبه فى الرسم ، أو الكتابة أو التأليف الموسيقى .

15- علم الإجتماع الريفى والحضرى والصناعى :

يختص كل منها بدراسة الحياة الإجتماعية فى ميدان (الريف أو الحضر) أو المصانع، فقد اهتم علماء الإجتماع بالفروق الملحوظة بين المدينة والريف ، كما بذلوا جهودا

متباينة لوضع نظريات حول هذه الفروق حيث نجد مين Maine يصور ثنائية تقابل بين مجتمع يقوم على أساس المكانة Status وآخر يبنى على التعاقد Contract ، كمانجد دور كايم Durkhaim يعرض ثنائية بين مجتمع يسود فيه التضامن العضوى Organic، وآخر يسيع فيه التضامن الالى Mechanical Solidarity، ويطرح توينير Tonnics مقابلة بين مجتمع تشيع فيه روابط القرابة والعلاقات الأولية . وآخر تسود فيه علاقات المصلحة والتعاقد . كما يعرض بيكر Pecker ثنائية تقابل بين مجتمع مقدس Sacred وآخر علمانى Secular .

أما سوركن وزمرمان فقد ميزا بين الريف والحضر طبقا للاسس الآتية:-

1- الفروق المهنية Occupational Differences

2- الفروق البيئية Environmental

3- حجم الموقع Community size

4- كثافة السكان Density of Population

5- تجانس السكان population on Homogeneity or Heterogeneity وذلك من حيث الخصائص النفسية والاجتماعية واللغة والمعتقدات وأنماط السلوك .

6- الفروق فى شدة الحراك Social mobility

7- الفروق فى اتجاه الهجرة Social mobility

8- شكل التباين الاجتماعى Social Differentiation

9- أنساق التفاعل الاجتماعى Systems of Interaction

وتعكس هذه الجهود اهتمام علماء الاجتماع بمشكلة الفروق الريفية الحضرية .

وقد أدى ظهور علم الاجتماع الحضرى إلى ظهور علم الاجتماع الصناعى الذى يعتبر المصنع مجتمعا. ويهتم علم الاجتماع الصناعى بدراسة العلاقة المتبادلة بين الصناعة والمجتمع المحلى، باعتبار أن التنظيم الصناعى لايوجد فى فراغ ، وإنما يتوقف

قدر كبير من فهمنا لديناميكيات البناء التنظيمى ، وطابع الحياة الاجتماعية داخل تنظيمات العمل على إدراكنا للإطار المجتمعى الذى يحيط بالتنظيم والقوى العديدة التى تربطه ببناء المجتمع .

وفى ضوء هذا اتجهت بعض البحوث نحو تفسير الظواهر الاجتماعية فى المجتمع الصناعى من خلال وضعها فى السياق المجتمعى الأكثر شمولا .

16- علم الاجتماع التطبيقى :

يحاول علم الاجتماع التطبيقى الاستفادة بالقوانين والنظريات الاجتماعية فى ميادين الاصلاح الاجتماعى .

خاتمة :-

تبينت العلاقة بين علم الاجتماع العام والعلوم الاجتماعية الخاصة ، ويمكن تلخيص ذلك فى أن كل علم إجتماعى خاص ينفرد بجزء من العالم الاجتماعى ، أى يتناول ما للرابطات من أنشطة خاصة فى حد ذاتها بينما يعالج علم الاجتماع العام هذا العالم ككل. وهو لايهتم بتفاصيل كل جزء من هذا العالم إلا بالقدر الذى يوضح له الأسس العامة ، ثم يدرس الأثر المتبادل بين هذه النظم وبقية النظم الاجتماعية الأخرى. وتكون مهمة علم الاجتماع حينئذ ربط النتائج العامة التى يصنعها كل علم من العلوم الاجتماعية الخاصة بعضها فى البعض الآخر ، أو على حد تعبير كارل مانهايم [1] أن علم الاجتماع يهدف إلى تنسيق النتائج العامة التى تصل إليها العلوم الاجتماعية الخاصة على اعتبار أنها تتفرع من أصل واحد .

وبالرغم من الإعتراف بأن الظواهر الاجتماعية تشكل ميدان علم الاجتماع ، إلا أن إبراز كل ظاهرة ودراستها كفرع مستقل اتجاه انصرف عنه كثير من العلماء ، فكل موقف اجتماعى ينطوى على تداخل عدد من الظروف لايمكن ردها إلى سيادة ظاهرة واحدة . وقد ترتب على ذلك أن ازداد الاتجاه إلى النظر للمواقف الاجتماعية أو الفعل الاجتماعى أو النسق الاجتماعى أو الوحدات كوحدات أساسية متكاملة فى البحث السسيولوجى .

وختاما نذكر أن علم الاجتماع ينفرد ببعض المسائل التى لاتدخل فى نطاق تلك العلوم مثل الأسرة وما يتفرع عنها من موضوعات كعلاقاتها بالسلوك الديموجرافى، والسكان ، وما يعتريهم من تغيرات ، وعلاقة ذلك بالتغير الاجتماعى والاقتصادى ، والقوى العاملة وعلاقتها بالبناء السكانى والتنظيم الاجتماعى . كما يدرس السلوك الاجتماعى ، والمشاكل الاجتماعية مثل الجريمة والانحراف والفقر.

1- د. عبد الحميد لطفى : علم الاجتماع ص 24 .

الفصل الثانى
ماهية العلاقات العامة

تعريف العلاقات العامة :

من الصعب علينا فى العلوم الاجتماعية النظرية منها والتطبيقية وضـــع تعريـــف شامل جامع مانع لمصطلحات تلك العلوم إذ مازالت هذه العلوم تفتقر إلى لغة علمية، وإلى القدرة على تحديد المفهومات والتصنيف الجيد ، حتى تصبح علوما كسائر علوم الطبيعة . وفى هذا الصدد تذكر لوسى مير **lucy mair** [1] فى مقال لها أصـــدرته تحت عنوان " لغة العلوم الاجتماعية ".

أن الكثير من مصطلحات العلوم الاجتماعية مازالت حتى الآن يكتنفها الغمـــوض والاضطراب فليس هناك اتفاق بين علماء الاجتماع حول تحديد تلك المصـــطلحات. فاختلفوا فى مفهوم (الطبقة) وماهية (البناء الاجتماعى)، وكثيرا ما نشبت الخلافات العلمية بين علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا حول مفهوم (النظام) (والنسق **system**) وكثيرا ما ازدادت حرارة الجدل حول إمكان توصل علم الإجتمـــاع إلى القـــانون السسيولوجى **sociologica law** أو استحالة إمكانه ، أو حول الفروق بين البناء **structure** و"التنظيم **organization** أو التميز بين " الوظيفـــة " والعمليـــة "، داخل إطار البناء .

أما لغة العلوم الطبيعية ، فتمتاز بالموضوعية والتجريد ، فنحن – مثلا – لا يمكن أن نجد تعارضا فى وجهات النظر بين علماء الطبيعة أو الكيمياء حين يدرسون " الحرارة " أو" الضوء" أو حين يتكلمون عن "الفلزات"، و" اللافلزات"، و لغة العلوم الاجتماعية للأسف الشديد مازالت لغة كيفية **q ualitativ** ، وكثيرا ما تتأثر بالنزعة الذاتية **subjective** على حين أن لغة العلم هى لغة كمية **quantitative** تهدف أصلا إلى تكميم أو قياس الظاهرات والوقائع العلمية .

1- د . قبارى محمد إسماعيل . الاتجاهات المعاصرة فى علم الاجتماع ص 7

وتعريف المصطلحات هو مجموعة من الخبرات يحاول المتخصص أن يضع مفهومه فى ضونها ن وفى كلمات قصيرة ، ومن ثم فإن التعريف الذى يصلح فى وقت مضى قد لا يصلح فى وقت آخر ، لذلك فإن هذه المصطلحات والمفاهيم لا تظل ثابتة . وإنما تخضع للتغيير والتطور. وعليه يظهر نوعان من التعريفات ، تعريف نظرى theoretical، وتعريف إجرائى operational . والتعريف النظرى هو تصور الموضوع أو المصطلح فى ضوء عبارات تصورية يفترض فهمها. أما التعريف الإجرائى فهو يبين الاجراءات والمقاييس التى يستخدمها الباحث. فالتعريف الإجرائى للطول يشير إلى كيفية قياس طول الفرد ، والتعريف الإجرائى للحقد يتضمن اختبارات للمسافة الإجتماعية[1].

ولعل هذا هو السبب فى قيام المتخصصين بتقييم التعاريف من وقت لآخر مع وضع تعريف جديد إذا اقتضت ذلك الدراسة التى قاموا بها . وعموما فإن التعريف المناسب للعلم أو المهنة ، هو ذلك التعريف الذى يشمل الأهداف العامة والوسائل والادوات والعمليات فى كلمات متناسقة قليلة لتوضيح ذلك[2].

وكان هذا هو حال العلاقات العامة والتى تعد ظاهرة اجتماعية . حيث أنها من أهم الجوانب التطبيقية لعلم الاجتماع الحديث . وتفسير ذلك أن الإنسان لا يعيش فى عزلة عن الناس ، بل تقتضى ظروف الحياة الاتصال بالآخرين والتعاون معهم . وفى أثناء هذا الاتصال إما أن يترك الشخص أثرا حسنا لدى بقية الناس وإما أن يترك أثرا سيئا ، فإذا ترك أثرا حسنا ساعده هذا على قضاء أعماله بسرعة وبأقل مجهود ، والعكس صحيح .

1- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان – العلم والبحث العلمى – دراسة فى مناهج العلوم. ط2، ص ص 117- 118

2- أنظر . د. أحمد كمال أحمد . العلاقات العامة ص 21 وانظر محى محمود اسماعيل وسمير حسن منصور . العلاقت العامة والإعلام فى الدول النامية ص 14 .

وهكذا فتكيف الأفراد والجماعات مع الواقع الإجتماعى أمر هام وضرورة لا غنى عنها من أجل الصالح العام. كذلك الأمر بالنسبة لأية منظمة ، فهى لا تعيش بمعزل عن الجمهور وعن المجتمع المحيط بها ، فهى تحتاج اليه ، وهو يحتاج اليها ، ولابد من وجود علاقات طيبة بينهما، وتعرف كل منها بأهمية الدور الذى تقوم به كل منها ، وبدون الصلات الطيبة بين المنظمات وبين الجمهور المتصل بها أو المجتمع المحيط بها لا يمكن لهذه المنظمات أن تضمن لنفسها السلام والإستقرار. وكلما كبر حجم المنشآت بعدت الشقة بينها وبين جمهورها ، والمجتمع المحيط بها، وأصبحت الحاجة إلى تعرف آراء الالاف أو الملايين من الأفراد والجماعات لكى ترسم سياستها بما يلائمهم ، ثم تقوم بشرحها لهم بغية كسب ثقتهم واحترامهم وتأييدهم .

كذلك فإن الحكومات الديموقراطية تسعى إلى التعرف على رغبات الجمهور وكسب ثقتهم وتأييدهم ، لأنه هو الذى سيقوم بتنفيذ السياسات التى ترسمها ، وعليه يتوقف زوالها أو بقائها .

فلقد تشابكت مصالح الناس وتباينت اتجاهاتهم ورغباتهم ، وزادت العلاقات الاعتمادية بين المنظمات، كما زات قوة الرأى العام ، وأصبحت الحاجة ملحة لفهم دوافع ومطالب الافراد والجماعات ، وأضحى كسب تاييد وتعاون وثقة الآخرين عن طريق الإقتناع جزءا من العمل اليومى للمدير فى أى نوع من أنواع المنظمات من اجتماعية أو دينية أو سياسية أو إقتصادية ، إذ أدركت هذه المؤسسات أنها لا يمكن أن تحقق نجاحا إذا باتت بعيدة عن الجمهور أو عزلت نفسها ومن هنا نشات الحاجة فى عصرنا الحالى إلى إسناد هذه المهمة — مهمة إقامة علاقات طيبة بين منشأة وجمهورها إلى أناس متخصصين فى هذه الناحية .

وبذلك أنشئت إدارة العلاقات العامة فى الوزارات والمنشآت المختلفة ، والتى أصبحت من ضروريات وقتنا الحاضر[1] وقد ظهر مصطلح العلاقات العامة قرابة

1- انظر. د. حسن محمد خير الدين. اصول العلاقت العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية ص ص 9- 10

نهاية القرن التاسع عشر ، وشاع استخدامه من شيوعه بين رجال الأعمال ، إلا أنـــه يستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات ، مما ألبسه غموض وإبهام [1].

فها هو قاموس وبستر [2] Webster's new collegiate dictionary يعرف العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات يقوم بها هيئة او اتحاد أو الحكومة أو أى تنظيم فى البناء الإجتماعى من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التى تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدين وحملة الاسهم ، وكذلك الجمهور بوجه عام ، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاءه .

وأهم ما أشار إليه هذا التعريف هو أنه لم يقصر العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات أو الأجهزة أو على نوع معين من المهن ، بل انه أوضح أن العلاقات العامة تمارس فى كافة المؤسسات والأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية، صناعية أو غيرها.

كما أن هذا التعريف أهتم بتوضيح الهدف من العلاقات العامة وهو تكوين علاقات طيبة بين تلك المؤسسات وبين الجماهير التى تتعامل معها أو تتصل بها حتى تكتسب تلك المؤسسات فى النهاية رضاء المجتمع الذى تعيش فيه . كما أن هذا التعريف لم يغفل النوعين من الجماهير سواء كانت الجماهير الخارجية ممولين او مستهلكين او الجماهير الداخلية أى اولئك العاملين فى هذه المؤسسات[3] .

ويؤخذ على هذا التعريف أنه اعتبر العلاقات العامة نشاط من جانب المؤسسات ، واستخدام كلمة نشاط فيه خلط بين مفهوم العلاقات العامة او إستخدامها كمرادف لبعض وظائفها مثل الإعلام والدعاية والإعلان عن المنظمة . ولكن مفهوم العلاقات العامة اوسع وأشمل من مفهوم هذه المصطلحات . كذلك فإن هذا التعريف اعتبر

1–David finm. Public relations and management, p. 1.

2 –Bertrand r . Canfield & frogier. Moore, public relation principles case and problem p .4.

3– د. محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية ص 6

العلاقات العامة نوعا من النشاط الانساني دون ان يضفي عليها طابع الفن أو العلم فهو لم يحدد الأسس العلمية التي تقوم عليها العلاقات العامة باعتبار أن العلاقات العامة لا تقوم على الارتجال ، بل انها تقيس وتحلل وتخطط وتنفذ وتتابع وتقيم ، ويتطلب للقيام بها أخصائيون مدربون على عملياتها.

ومن التعريفات ما اعتبرت العلاقات العامة جهودا تبذل، فقد عرفها كريستيان B.CHRISTIAN[1] بأنها: الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويعضدوها في أهدافها ويشجعوها في نشاطها.

وعرفها معهد العلاقات العامة[2] بأنها الجهود المخططة والمقصودة والمدعمة لايجاد المحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها. ويعد مصطلح الجمهور لفظة مناسبة ، ذلك أن العلاقات العامة تهتم بجميع فئات المجتمع التي يتصل بها، والعلاقات العامة تعمل على كسب ثقة الجمهور في الإنجازات التي تقوم بها المؤسسة، وإزالة الجمود والعداء وسوء الفهم. وهي تختلف عن وسائل الإتصال الإغرائية التي يقدمها الاعلان.

ونضرب مثلا لذلك فإذا أرادت مؤسسة أن تقوم بإصلاح أو تعبيد طرق ، وكانت هناك حفرة على طول الطريق، فمن الواجب عليها أن تضع لوحة كتب عليها اسم المؤسسة وتحذير المارة والسيارات واسقها لوجود هذه الحفرة وذلك ما يغرس في الأفراد شعورا طيبا نحو المؤسسة ، وإنسانية موظفيها .

ورغم ان التعريف يتفق مع سابقه بان العلاقات العامة هي الجهود ، إلا أنه أوضح أنه مجهود مدروس ومخطط . وفي هذا إشارة واضحة إلى ان هذه الجهود قائمة على

1- د. عادل حسن . العلاقات العامة ص 5

2- See Herbert and peter Lloyd, public Relations, p.7. And see frank jefkins, planned public relations. P.204. and see David finnop. P.cit. p .1

أسس علمية من الدراسة والتحليل والتخطيط ، كما يتضمن التعريف أن هذه الجهود ليست جهودا وقتية، بل جهودا مستمرة [1].

وحاول كثير من علماء الاجتماع وعلماء النفس الوصول على تعريف محدد للعلاقات العامة ومفهوم حديث لها . وكان تعريفها القديم : أنها الجهود الإدارية المخططة والمرسومة والمستمرة ، لتنظيم العمل من قبل المنشآت والتى تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها ، حتى يتنسى تكيف المنشأة فى المجتمع الذى توجد فيه. وفى ضوء هذا التصور تصبح العلاقات العامة أكثر من مجرد الاعلان عن سلعة، كما تتضمن أن تتكيف المؤسسة مع الموضوعات والحاجات ومستويات المجتمع الديموقراطى [2].

وهناك تعريف شائع للعلاقات العامة وأكثر نوعية عرضته مجلة العلاقات العامة الأمريكية **public Relations News** ، وفيها تشير إلى أن العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجمهور ، وتحقق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة، وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة .

وفى ضوء هذ التعريف ، فالعلاقات العامة هى جزء من نشاط أى مؤسسة . وهى مستمرة وليست عملا وقتيا[3] وقد اقترح بعض العلماء تعرفا للعلاقات العامة ، فهى فى نظرهم فلسفة إجتماعية للإدارة يتم التعبير عنها بسياسات المؤسسة وممارساتها وإنجازاتها ، ويتوفر لديها وسائل اتصال متبادلة مع جمهورها واجتهاد وكفاح من أجل ايجاد التفاهم المتبادل والشهرة الطيبة .

1- انظر د.محمد عبد الله عبد الرحيم العلاقات العامة ، ص 15، وانظر د.محمد بهجت كشك.المرجع السابق ص8.

2 -see Gerre jonees, public Relations for design professionals p.17.

وانظر د. محمد محمود الجوهرى ، العلاقات العامة والإعلام فى الإدارة والإعلام ص 8 .

3 - see frank . jofkins, Planned public Relations , op .cit., p.204.

And see Bertrand R. Confield & Frazier Moore, op.cit.p.5.and see David finn, op.cit.p.1.

ويتم هذا التعريف عن اربعة عناصر رئيسية هى : أولاً : أنها فلسفة إدارية ذات طبيعة اجتماعية ، وثانياً : أنها تعبر عن فلسفة فى سياسة اتخاذ القرار، وثالثاً : فهى العمل الذى ينتج عن هذه السياسات، ورابعاً : فهى لديها وسائل اتصال تسهم فى خلق هذه السياسات وتقوم بشرحها وتوضيحها وتدافع عنها، وتروج لها عند الجمهور وذلك من أجل تحقيق التفاهم المتبادل والسمعة الطيبة[1] وهذا التعريف الأخير غير واضح وغير محدد، فالقول بأن العلاقات العامة هى فلسفة إدارية تسير عليها منظمة ما لايساعد كثيرا على توضيح نشاط العلاقات العامة .

وهناك من يعتبر العلاقات العامة عملية، فقد قدم سيدل T.C.Seidel [2] تعريفا للعلاقات العامة يقول فيه : إن العلاقات العامة عملية مستمرة يتم بها توجيه أى مؤسسة أو منظمة للفوز بثقة مستخدميها وعملائها والجمهور عموما وذلك للتفاهم معهم جميعا. وقد قلنا انها عملية مستمرة لأنه رأى الجمهور فى الصواب والخطا، وفيما يجب ومالا يجب دائما فى تغير وتطور مما يستدعى الإستمرار فى قياس وتحليل رأيه فى الخدمات المقدمة والطرق المستخدمة فى الجمعية أو المؤسسة أو المنظمة . ويقصد بالمنظمة هنا كل فرد أو هيئة أو مؤسسة عامة أوخاصة ، حكومية أو أهلية تمارس نشاطا من أى نوع ، ومن أى لون فى مواجهة جمهور معين ، وتتم هذه العملية عن طريقين الأول : هو النشاط الداخلى القائم على النقد الذاتى لتصحيح الأوضاع الداخلية، والثانى : هو النشاط الخارجي الذى يستفيد بجميع وسائل الاتصال الممكنة. وأول تعريف دقيق لمفهوم العلاقات العامة ، وضعه المعهد البريطانى للعلاقات العامة عام 1948 بانها " الترويج لإيجاد التفاهم والصلات القوية بين المنظمة وأفرادها وأى مجموعة من المجموعات أو الافراد أو المنظمات ، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة .

1-Bertrand R. Canfield & Frazier Moor, op .cit p.5.

2-أنظر د. إبراهيم إمام . فى العلاقات العامة والإعلام . ص 3 وأنظر د. عبد المنعم شوقى . تنمية المجتمع وتنظيمه ص 189.

ويختلف المؤرخون والمشتغلون بالعلاقات العامة فيما إذا كانت العلاقات العامة فنا إجرائيا تكتيكيا لا يرقى إلى مرتبة العلم أم علما ينطبق عليه مضمون العلم من حيث النظرية والمنهج ، والحكم على ذلك يجب أن يتفق أولا على معنى الفن ومعنى العلم .

فالفن مجموعة من الأعمال الإنسانية المنظمة تتخذ وسيلة لغاية معينة ، أو صناعة من الصناعات التي يزاولها الإنسان لغرض معين ، فالفنان لا يعمل عملا لذاته، بل يقصد به شيئا آخر أو غرضا معينا، وتقسم الفنون إلى فنون نفعية مادية ورفيعة أو جميلة . والفنون النفعية كالملاحة والتجارة والعمارة والجراحة والزراعة والصناعة. ومن الفنون الرفيعة أو الجميلة الرسم والتصوير والموسيقى والغناء والتمثيل والرقص التوقيعي، أما العلم فهو مجموعة من الحقائق المنظمة المتحدة الموضوع الثابتة الدليل العقلي أو التجريبي ، وبمعنى آخر فهو تنظيم المعرفة لطبيعة الظواهر والعلاقت بينها .

إلا أنه من الواجب أن نعرف أن العلم والفن متصلان اتصالا وثيقا ، فليس من المتصور أن يقوم علم بدون فن ، أو يرقى فن دون علم . ويتجلى ذلك فى العلوم التطبيقية التي تظهر فائدتها فى التطبيق الفنى . على أن الفن يعتمد فى الغالب على علم أو علوم مختلفة .

فالتجارة تعتمد فى رقيها على علم الاقتصاد والرياضيات ، والملاحة تعتمد على الرياضيات وتخطيط البحار وهكذا ، والخلاصة أن العلم ينطوى على الإدارة او المعرفة **Consists of knowledge science** والفن ينطوى على العمل **Art Consists of doing** .[1]

وتشير بعض التعريفات إلى أن العلاقات العامة فن ، والمقصود بالفن ، الفن المهارى، وليس الفن بالمعنى الجمالى. والفن المهارى هو القدرة على التعامل مع الناس، ومسايرتهم ، ومجاراتهم **The art of getting along with people** أى أنها تحتاج إلى مهارة ولباقة وحسن تصرف وإلى تجديد وابتكار مستمر حسب مقتضيات

1- د. محمد محمود الجوهرى . العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام ص ص 4-6.

الظروف والمواقف ، وهى فن فى كيفية التعامل مع الجمهور ، والحصول على رضاه ومحبته وكسب ثقته وتأييده.

ويتحقق ذلك عن طريق الاتصال بالجماهير لنقل الحقائق إليهم ، وتفسير هذه الحقائق حتى تلقى هذه المؤسسات والهيئات تأييد الجماهير لها . فها هو بلومفيليد D. Bloomfield يرى ان العلاقات العامة هى فن التأثير على الآخرين لسلوك نفس الطريق الذى تتبعه كما عرف هوارد بونهام Howard Bonham [1] بمجلس إدارة جمعية الصليب الأحمر الامريكية العلاقات العامة بأنها فن التفاهم مع الجمهور مما يؤدى إلى زيادة الثقة بالافراد والمنظمات .

وهناك من التعريفات ما اعتبر العلاقات العامة علما له قواعده وأصوله ، فهى تعنى بدراسة سلوك الأفراد والجماعات وقياس وتحليل الرأى العام ، بقصد تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعى . ويتضمن التخطيط العلمى لبرامج العلاقات العامة ، ويهتم بالتوصل الجيد للمعلومات من الهيئة التى يعنيها الأمر وبين جمهورها بقصد تحقيق المصلحة المتبادلة بينها والوصول إلى درجة عالية فى المساندة الكلية والمشاركة الوجدانية .

ويرى أصحاب هذا الإتجاه أن المجتمعات قديما لم تكن بحاجة إلى هذا العلم لأن العلاقات العامة كانت عادية وبسيطة. وبتقدم الحضارة وما صاحب التصنيع من تخصص وتقسيم العمل، بدأت المجتمعات تنعقد ، وبالتالى العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات.

ونتيجة لهذا كان ضروريا أن يحدث توازن فى المجتمع ، قوامه التفاهم المتبادل والتساند الوظيفى بين الأعضاء. ومن هنا كان هدف العلاقات العامة متمثلا فى رعاية العلاقات الإنسانية السليمة بين أعضاء المؤسسة من جانب وبين المؤسسة والجماهير من جانب آخر. إذ يهتم علم العلاقات العامة بالكشف عن الأسس والمبادئ التى

1- د . جميل أحمد توفيق . مذكرات فى العلاقات العامة ص 9.

تساعد على إقامة علاقات مفعمة بالثقة بين فئات الشعب المختلفة بقصد نجاح المشروعات النفعية [1].

ويؤخذ على موضوع دراسة وتفسير السلوك الإنسانى أنه – اى السلوك الإنسانى بحر واسع ليس له حدود، وغير صحيح أن العلاقات العامة تدرس النشاط الإنسانى كله .

وهناك وجهة نظر أخرى تعتبر ان العلاقات العامة هى علم وفن او مهارة فها هو ركس هارلو وبلاك **R.Harlow& Black** ، وكذلك موسوعة المعارف الأمريكية يشير إلى أن العلاقات العامة هى علم وفن فهى علم من ناحية أنها تستند إلى علم الإجتماع الإنسانى ،وهى علم من حيث أنهاتتبع الأسلوب العلمى فى البحث والتشخيص ، وهى فن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية أى من الناحية التنفيذية، كما يدخل فى تشكيلها جوانب ذاتية ، حيث أن اساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائى إلى أخصائى آخر متاثرة بمنهجه واستعداداته وطرقة إعداده .

ومن حيث البناء اللفظى فان كلمة "علاقات " تعنى عملية الصلة والإتصالات والارتباطات التى تتوفر بين هيئة والجماهير المتعاملة معها .اما كلمة "عامة **Public**" تعنى كل جماعة او شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها ، وذلك مثل جمهور العاملين أو العملاء، أو الموردين، أو حملة الأسهم، أو الممولين، أو الهيئات الحكومية .

ولسنا بحاجة إلى ان نشير إلى أن بعض الجماهير التى تدخل فى نطاق علاقات هيئة واحدة ، قد تكون متعارضة المصالح. وبالتالى فإن مشاكل العلاقات العامة بالنسبة لهيئة او إدارة تبدأ بالتعرف على الجماهير المختلفة وفهمها وإدراك توقعاتها ، والعمل على استمرار الصلات بينها وبين الهيئة فى حالة طيبة .

ويرى بعض الكتاب أن العلاقات العامة الطيبة يمكن التعبير عنها بالمعادلة الآتية:–

1– د غريب سيد احمد . ديناميات العلاقات الإجتماعية ص99.

الأداء الحسن + الأخبار الصادقة = علاقات طيبة [1].

وجملة القول فإنه يمكن استخلاص النقاط الآتية من تعريفات العلاقات العامة وهى:

1- العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمى ، ويستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة .

2- العلاقات العامة فن بمعنى أنها تعد تطبيقات للعلوم الاجتماعية وتعتمد على مهارات خاصة فى تطبيق النظريات المختلفة ، واستعدادات فردية تختلف من متخصص لآخر .

3- تحتاج العلاقات العامة إلى متخصصين على مستويات مختلفة يتخرجون من خلال معاهد وكليات متخصصة ، فهم يقومون بتحديد وتقييم الرأى العام من الزاوية التى تهم المنظمة وتتعلق بها ، كما انهم يقدمون النصح والمشورة إلى المديرين بالنسبة لطرق التعامل مع الرأى العام .

4- تعد العلاقات العامة وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة أو القيام بمسئوليات مطلوبة .

5- تتضمن العلاقات العامة التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها ، وتعمل على الترابط وتحقيق التعاون بينها.

6- تستخدم العلاقات العامة أدوات الاتصال والاعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها .

7- أصبحت العلاقات العامة ضرورية ولابد من وجودها فى جميع المؤسسات ، وعلى كل المستويات؛ فهى تدخل فى مجال التجارة والصناعة والإدارة والتعليم

1-د . عبد الكريم درويش ود . ليلى تكلا . أصول الإدارة العامة ص ص 484- 485

والصحة والجيش وغيرها ، كما توجد فى المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء، وبين الجماهير فى مختلف المجتمعات [1].

فلسفة العلاقات العامة :

العلاقات العامة متعددة بتعدد أوجه النشاط الإنسانى، وتعدد الجماهير أو الجماعات الصغيرة فى المجتمع الإنسانى. فهناك العلاقات العامة الحكومية ، والتجارية، والعسكرية ، والسياسية .

ولكن كل هذه الانواع والأقسام تجمعها فلسفة ومبادئ عامة واحدة ، وتستند إلى أصول فنية واحدة، وليست فى حقيقتها إلا تطبيقا للقواعد العامة للعلاقات العامة مع مراعاة الظروف والأحوال فى المجال الذى تطبق فيه، فالوسائل التى تتبع فى العلاقات العامة واحدة، والأدوات واحدة ، كوسائل الاتصال الكبرى بالجماهير ، وهى وكالات الأنباء والصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما، أو غير ذلك من الوسائل الأخرى كالاتصالات الشخصية.

وهى جميعا تعمل على بلورة الأفكار، وتقريب الأذهان. والعلاقات العامة بجميع أقسامها تقف على اتجاهات الجمهور، وتدرس نفسية وطرق التأثير فيه ، وقيادة الرأى العام، وطرق التعامل معه وكسب ثقته. أما ما هو مثار اختلاف ، فهو الجمهور الذى تتجه إليه العلاقات العامة .

وتستند فلسفة العلاقات العامة على مجموعة من المبادئ والحقائق هى :-

1- ترتكز فلسفة العلاقات العامة على حقيقة علمية مؤداها أن الإنسان كائن اجتماعى بطبيعته ، لايمكن أن يعيش بمعزل عن الآخرين وقد أثبتت الكثيرمن البحوث العلمية أن الإنسان يعجز عن إشباع جميع حاجاته الكثيرة البيولوجية والنفسية بنفسه، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا تقوم أساسا بدون وجود الإنسان مع

1- انظر محمد بهجت كشك . العلاقات العمة والخدمة الإجتماعية . ص ص 14- 15 وانظر محى محمـود وسمير حسن منصور ، المرجع السابق ، ص ص 17- 18

آخرين من البشر، وهكذا تنشأ علاقات مختلفة مع غيره من الناس هو فى أشد الحاجة إليها لإشباع احتياجاته المختلفة المتجددة .

2- **إن الإنسان كائن اجتماعى متفرد ومتغير من وقت لآخر** ، ورغم أنه يتشابه مع غيره من بنى البشر،إلا انه توجد اختلافات فى جميع الاتصالات مع بنى الإنسان[1].

3- **إن الإنسان كائن اجتماعى يتعامل مع غيره ومع المواقف الإجتماعية** ، بمعنى انه يؤثر ويتأثر بالمواقف الاجتماعية . ولهذا فإن انعدام الاتصال المباشر بين الطرفين أو توقفه يؤدى إلى انعدام عنصر الايجابية الذى يعتبر أساس ديناميكية العلاقات العامة ، كذلك فإن رد الفعل أو الاستجابة التى يظهرها العملاء يؤثر تأثيرا عميقا فى برامج المؤسسة وفى سياستها ، بل وفى أسلوب العمل .

4- **إن الإنسان يتميز بالعقل والتعقل** . ومعنى هذا أن الإقتناع يرتفع به إلى مستوى الإنسان بينما تهبط به السيطرة والأمر والضغط والإرهاب والقسر إلى مستوى الآلة مما يقتضى احترام آدمية الإنسان ومحاولة إقناعه حتى يوضع الإنسان فى مكانته الحقيقية .

5- **ترتكز العلاقات العامة على الجانب الإنسانى** . فالإنسان هو الذى يرتكز عليه برامج العلاقات العامة وخطة الإعلام سواء كان عضوا فى جماعة أو مواطنا فى المجتمع ككل. فمن غير المنطقى أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقتها مع الجمهور الخارجى ، وعلاقاتها مع جمهورها الداخلى على غير مايرام ، فيجب أولا خلق روح الجماعة ، والتعاون بين أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية، ثم بعد ذلك يبدأ فى تنمية توطيد العلاقة الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجى ، مما يسعده على كسب تقدير الرأى العام الخارجى ، وزيادة فرص نجاح المؤسسة . ويتحقق ذلك بتوفير البرامج الإجتماعية والترفيهية المناسبة لهم ، وتحسين ظروف

1-انظر محمد بهجت كشك العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية . ص 207 .

العمل للعاملين، والسعى لتدريبهم، وإشراكهم فى الإدارة وإتاحة الفرص أمامهم للخلق والإبتكار.

6- **ترتكز العلاقات العامة على ركائز اجتماعية** . ولذلك يجب أن تضع كل هيئة اهدافها بحيث يتوافق مع ظرف المجتمع وأهدافه العامة ،واحترام رأى الجماهير . وتقوم العلاقات العامة بتدريب جماهير المؤسسات الداخلية والخارجية على تحمل المسئولية الاجتماعية ، فهى عن طريق تبصيرهم بامكانيات المؤسسات ومجهودها والصفات التى تواجهها تستطيع أن تساعدهم على تحمل مسئولية السياسة العامة للمؤسسة. كما تقوم الهيئة بتبصير جمهور المتعاملين معها بالخدمات التى تؤديها، وتشرح له كيفية تنفيذ القوانين ، وتوضح مسئولياتهم حيالها ، وتحديد مدى المساهمة التى يمكن أن يقدمها المواطن للإرتفاع بمستوى الخدمات العام . ومن هنا يظهر عنصر التماسك بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية . وبهذا تكون للعلاقات العامة أهداف اجتماعية يمكن تحقيقها عن طريق برامج العلاقات العامة .

7- **يكوّن الناس اتجاهاتهم وآرائهم بصدد مختلف الأمور** ، كما أنهم يكوِّنون هذه الآراء وتلك الاتجاهات سواء بذلت هيئة ما محاولات للمساعدة فى تكوين هذه الاتجاهات والأفكار أو لم تبذل ، وقد يتبنى الناس اتجاهات خاطئة ، أو يكون لهم ميول متعارضة ، ولذلك فمن الضرورى أن تحاول المؤسسات والهيئات العمل على تكوين رأى عام سليم ، وتحويل الميول المتعارضة إلى ميول مشتركة ، وذلك عن طريق عمليات الأخبار الصادقة والهادفة . وتظهر أهمية هذا التوفيق فى أوقات الأزمات والكوارث والحروب ، حين ينهض مجموع المواطنين بواجبهم إزاء مجتمعهم .

8- **وتبدو أهمية الجانب السياسى للعلاقات العامة فى الحكومة** وتظهر هذه الصفة السياسية فى سعى العلاقات العامة إلى إثارة إهتمام المواطنين بشئون بلدهم عن طريق شرح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة وخططها التنموية . ومن ناحية أخرى تهدف العملية الإخبارية فى العلاقات العامة إلى وضع الحقائق والبيانات عن النشاط الحكومى أمام نظر الجمهور مما يساعد على توجيه وتكوين رأى عام حقيقى أساسه المناقشة

المستنيرة القائمة على المعلومات الصحيحة. وهذا يحقق نوعا من الرقابة الشعبية على أعمال ونشاط الأجهزة الحكومية بما يتمشى مع المبادئ الديموقراطية ، ولا يدع مجالا للسيطرة أو الدكتاتورية ، مما يتيح الفرص للإبتكار الشخصي وبعض المقترحات التى تظهرها الخبرة والتعامل مع الأفراد والجماهير، فالمديرون لا يستطيعون أن يفرضوا سياستهم الذاتية دون إشراك هيئة الإدارة والأخصائيين فى العلاقات العامة معهم فى تحمل المسئولية [1].

9- **تستند العلاقات العامة إلى الجانب الأخلاقى : فهى تسعى إلى تنمية إيمان** الجمهور برسالة الهيئة أو المؤسسة ، وتهدف إلى تنمية الثقة والاحترام ، إذ كثيرا ما يقع أخصائى العلاقات العامة غير المدرب فى أخطاء جسمية يترتب عليها إحساس العملاء أن مؤسستهم لا تعطيهم العناية الكافية ، ولا تهئ لهم أسباب احترام الذات ، وهذا ما يحطم برامج العلاقات العامة ، ويؤدى إلى انعدام الثقة الضرورية لنجاح هذا البرنامج ، ومن أجل هذا يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق سواء من ناحية الشكل او الجوهر .

ونقصد بالصدق من ناحية الشكل أن تكون المقومات الظاهرة لأساليب الاتصال الفردى والجماهيرى من النوع الذى يدعو بطبيعته إلى الثقة . أما من ناحية الجوهر فنعنى به ان يكون المضمون مستندا على حقائق تدعمها الوثائق والبحوث والدراسات التجريبية والرقمية. كما يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالأمانة، وأن تتفق أعمالها مع أقوالها . كما يجب أن يلتزم العاملون فى العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية فى جميع تصرفاتهم ، وأن يبتعدوا فى برامجهم عن وسائل الغش والخداع والتضليل والدعاية الكاذبة.

1- انظر د.عبد الكريم درويش . ود. ليلى تكلا ، المرجع السابق ، ص 488 .
وانظر د. محمد طلعت عيسى ، العلاقات العامة – مبادئها وتطبيقاتها ، ص 18

10- تستند العلاقات العامة إلى مبدا التنظيم : والتنظيم هو السير وفقا لنظام معين . فالهيئة أو المؤسسة يلتزم عليها أن تتعاون مع الهيئات الاخرى . ومن هنا نشات الحاجة إلى تنظيم الإتصال بين الهيئات وبعضها للإتفاق على أسس التعاون بينها لا سيما فى برامج العلاقات العامة .

ولاشك ان السعى لإفهام الناس فكرة معينة أو تعرفهم بمؤسسة أو بشركة أو بفرد يحتاج إلى تنظيم ، إذا أريد للتنظيم أن بصيب توفيقا وجب وضع خطة تقوم على تقدير الهدف والموارد . ولكى نضع خطة للتنظيم لابد من تعريف طابع الجهد الذى لأجله ينشأ هذا التنظيم ، هل يكون هذا الجهد طويل المدى أوقصير ، كما ينبغى مراعاة المدى الجغرافى لذلك التنظيم أن يشمل الوسائل المادية الصالحة لأداء العمل أداء ناجحا ، ثم يأتى دور تمويل التنظيم الذى هو على الدوام مشكلة لا تبعث على الرضا ، فالميزانية ينبغى أن تكفى لتهيئة جميع الموارد والقوى البشرية فى الخطة المرسومة . ويجئ دور المعدات لأنها لازمة لتنظيم العلاقات العامة . فوسائل الاتصال العصرية الممتازة لا تعمل بدون الآلات اللازمة ، فإذا أريد مخاطبة الذهن البشرى تم ذلك بواسطة بعض الوسائل الآلية كالكلمة المطبوعة أو الكلمة المنقولة التى تنتقل بالأسلاك وموجات الاثير التى تتفاوت بين صورة تظهر على شاشة التليفزيون ، وصورة تظهر على سدادة زجاجة اللبن . بل إن حاسة الشم يستعان بها للوصول إلى الرأى العام عن طريق العطور الجميلة [1].

11- اتباع طريقة البحث العلمى : من المبادئ الأساسية للعلاقات العامة إتباع طريقة البحث العلمى فى حل أى مشكلة من مشكلاتها .

فطريقة البحث العلمى مبنية على المنطق ، وتحاول الوصول إلى مبادئ عامة عن طريق التحليل الدقيق والبعيد عن كل تحيز . وتبدأطريقة البحث العلمى بتعريف المشكلة تعريفا دقيقا ، فمتى عرفنا المشكلة حددنا سبل جمع البيانات التى تفيد فى

1- د. محمد محمود الجوهرى . دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات . ص 27- 31

حلها ، ويلى تعريف المشكلة تحديد الهدف من البحث الذى سنقوم به . ثم تحديد محور البحث من حيث الزمان والمكان . ويلى ذلك جمع المعلومات المتعلقة بالمشكلة ، وهذه إما تكون فى حيازة المنشأة ، أو من الممكن الحصول عليها من هيئات أخرى حكومية أو غير حكومية، ثم طريقة الإستقصاء الميدانى . والخطوة الأخيرة هى تبويب النتائج واختبار صحتها ثم تحليلها واتخاذ قرار بشأنها . وإذا اتبعنا طريقة البحث العلمى سالفة الذكر أمكننا الوصول إلى قرار سليم مبنى على الواقع [1].

هذا وقد حاول أسبلى وهوتن[2] أن يحددا المبادئ الأساسية للعلاقات العامة فى المؤسسات التى تهدف للربح فحصراها فى 53 وسيلة هى :-

1- إعداد خطة أو سياسة للعلاقات العامة موضحة المثل العليا للمؤسسة فى شكل كتيب يمكن توزيعه على المستخدمين بحيث يمكنهم أن يتفهموا أهداف الإدارة فى العلاقات العامة .

2- تشكيل مجلس فرعى للإدارة يتكون من الصف الثانى للإداريين فى كل إدارة من الإدارات الهامة، وتحميل هذا المجلس مسئولية تنفيذ برنامج تقدمى للعلاقات العامة.

3- إخراج " تقرير سنوى " يوزع على المستهلكين والمساهمين ، يشرح سياسة المؤسسة وتجارتها ، إلى جانب تلخيص نواحى التقدم التى أحرزتها .

4- إعداد تفسير صريح ومبسط عن المركز الراهن للمؤسسة لتوزيعه على المستخدمين ، مؤكدا الخدمة التى تؤديها المؤسسة بوجه عام وللمجتمع المحلى بوجه خاص .

5- تخصيص حيز معين فى كل عدد من أعداد نشرة الموزعين لبيان الإجراءات التى تتخذها الإدارة بشأن طلبات الموزعين .

---

(1) د. حسن محمد خير الدين . أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية ص ص 25- 26

(2) د. محمد طلعت عيسى . العلاقات العامة كأداة للتنمية ص ص 174- 181 .

6- تحديد فترة فى كل عام، تفتح فيها المؤسسة أبوابها لاستقبال أصدقاء المستخدمين والعمال ومودعيهم ، حتى يمكنهم أن يشاهدوا المكان الذى يعمل فيه أصدقائهم ، ولكى يقابلوا الأشخاص الذين يعملون من أجلهم .

7- إدخال عادة الإهتمام بأعياد ميلاد جميع المستخدمين والعمال الذين امضوا فى خدمة المؤسسة أكثر من عشرة أعوام وذلك بنشر تهنئة لهم فى صحيفة المجلة.

8- دعوة بعض الجماعات الترفيهية المحلية وغيرها لتنظيم حفلات قصيرة للمودعين أثناء زيارتهم لمصانع المؤسسة . ومن المستحسن تقديم بعض المرطبات لهم أو دعوتهم لتناول الغذاء .

9- إعداد مجموعة من الخطابات المعنونة التى تميز كل إدارة من إدارات المؤسسة لاستخدامها فى الاتصالات البريدية مع المستهلكين الحاليين والجدد عند مخاطبتهم لها أو تصدير المبيعات إليهم .

10-إقامة حفل سنوى بمناسبة رأس السنة لأطفال المستخدمين والعمال وأصدقائهم .

11- تخصيص مبلغ معين فى كل عام للإعلانات الخاصة بالمؤسسة فى الصحف المعنية بالصناعة التى تمارسها المؤسسة ، هذا بالإضافة إلى المجهود العادى الذى يبذل للنهوض بالمؤسسة.

12- تشجيع الإداريين ، وعلى الأخص مديرى الفروع فى أن يمارسوا نشاطهم بالأندية المحلية والمنظمات الدينية والأخوية ، وبذلك تتزايد الإتصالات الشخصية بين المؤسسة والقادة فى المجتمع المحلى .

13- دعوة ممثلى الصحف من المحررين إلى وليمة غداء أو عشاء سنوية حتى يمكنهم أن يتقابلوا مع هيئة الإدارات فى المؤسسة .

14- تعريف مدير المؤسسة ببعض البرامج الإنشائية فى الإصلاح الاجتماعى والتأكد من أن الصحافة على علم بنشاطه .

15– تشجيع هيئة الإدارة على التعاون مع محررى الصحف المعينة بشئون الصناعة فى إعداد موضوعات تتناول سياسة الإدارة وأساليبها .

16– تنظيم عرض الفانوس السحرى للمستخدمين والعمال عن صوت المؤسسة بصورة تجعلهم يقدرون أهمية الإتصالات التليفزيونية فى كسب أصدقاء المؤسسة.

17– تدريب بعض الإداريين على تحرير الخطابات الودية لكى يطبعوا المستخدمين والعمال بطابع يمكنهم من كسب ود الجمهور ، وتحقيق العلاقات الطيبة بين المؤسسة وجمهورها .

18– تعيين مراقب لمراسلات المؤسسة لفحص الرسائل التى تحمل اسم المؤسسة ، والتأكد من أنها تعد باسلوب ودى لطيف . ومن المفيد منح جوائز لأحسن الرسائل التى كتبت خلال الشهر مع إعلانها فى لوحة النشرات .

19– اتباع سياسة إرسال خطاب ترحيب يحمل توقيع أحد رؤساء المؤسسة لجميع العملاء الجدد .

20 – قيام أمين صندوق المؤسسة بكتابة مذكرة عن العملاء الذين يسددون حساباتهم فى مواعيدها المحددة ، حتى يمكن إشعار هؤلاء العملاء بتقدير المؤسسة لذلك .

21– استخدام أنسب الطرق للإبقاء على رضاء العملاء الذين يحسون بالرضا عن أعمال المؤسسة ، لأنهم يعتبرون فى الواقع محركين قادرين على استمرار نجاح المؤسسة.

22– اتخاذ موقف انشائى تجاه المنافسين ، وعدم استخدام الأساليب الهدامة على الإطلاق . ويتحقق ذلك بالقيام بدور فعال فى نشاط الجماعات أو الغرف الصناعية التى تضم المؤسسة وما فيها.

23– يجب أن تفحص الشكاوى بدقة بمعرفة احد رؤساء المؤسسة ، وألا يوكل أمر هذه الشكاوى إلى موظف صغير قد يفشل فى اغتنام الفرصة لكسب صديق للمؤسسة.

24– المحافظة على سياسة واسعة النطاق فى أمور التشغيل ، دون ، أى تحيز عنصرى أو دينى ضد الأقليات .

25– أن تجعل المؤسسة من أهدافها إيجاد بعض الأعمال للرجال والنساء الذين تتجاوز أعمارهم 40 سنة ، ومن المهم أن يعرف الرأى العام أن المؤسسة تقوم بذلك النوع من الخدمة المدنية .

26– اتباع برنامج منظم للإبقاء على إعلام المساهمين بسير الأمور فى مؤسساتهم ، حتى يتيسر لهم الحديث الواعى عنها مع أصدقائهم.

27– العلاقات العامة الطيبة تعتمد على العلاقات العمالية السعيدة . ولهذا فمن الممكن تمكين العامل الذى يحس بالضيم او الأذى أن يسمع المسئولون شكواه .

28– تنظيم مسابقات ذات جوائز لتحسين المنتجات والخدمات التى تقدمها المؤسسة على أن تكون هذه المسابقات مفتوحة يمكن للجمهور وللمستخدمين والعمال أن يشتركوا فيها ، ويعلن أسماء الفائزين فى الصحف المحلية .

29– الاستعانة بمحرر متخصص فى شئون الصناعة لكتابة مقال أو سلسلة مقالات عن تاريخ المؤسسة ونشاطها ، والتأكد من أن هذه المقالات قد أتيح لها أوسع مجال للنشر والتوزيع .

30– إعداد نماذج لبعض الحالات المدروسة فى أساليب الإدارة وسياستها لتوزيعها على المدارس أو الكليات التى تستخدم هذه الدراسات فى تشغيل خريجيها كلما أمكن ذلك .

31– تشجيع الإداريين الذين لديهم موهبة مخاطبة الجماهير فى أن يوضحوا أهدافها وسياستها فى أندية الروتارى ، والغرف التجارية وغيرها . على أن يكونوا مزودين بالصور الفوتوغرافية والأرقام والمعلومات التى تساعدهم فى مهمتهم .

32– إعداد أفلام قصيرة – فى حوالى 20 دقيقة – عن الأنتاج أو الصناعة يمكن أن تزود بها أندية الشباب وغيرها من الهيئات بالمجتمع المحلى، ومداومة لهذه الأفلام.

33- التعاون مع التجار والموزعين فى إعداد معارض تاريخية وتعليمية تبين الدور الذى يلعبه إنتاج المؤسسة فى رفع مستوى المعيشة ، وفى المساهمة فى تحسين الوضع الاجتماعى.

34- تتبع الأنباء المتعلقة بكبار الشخصيات ، وتكليف أحد المسئولين بكتابة خطابات مناسبة لهم ، ويمكن أن ترسل هذه الخطابات فى مناسبات الترقية أو ما شابهها .

35- إذا كانت المؤسسة تستخدم التجار فى التوزيع فمن المهم اتباع منهج يساعد على الإحتفاظ بالإتصال المنظم بهؤلاء التجار ، فاتصالاتهم المباشرة مع الجمهور تمكنهم من أن يكونوا أداة تعريف بالمؤسسة .

36- أن تحرص المؤسسة على أن توجه دعايتها إلى الخدمة العامة وإعلام الجمهور، وألا تنحرف الدعاية إلى الأنانية ، كما أن عليها أن تضع دائما نصب أعينها أن الخدمة الأفضل تؤدى إلى ربح أوفى .

37- يهتم الجمهور بالتعرف على اساليب المؤسسة فى معاملة مستخدميها ويمكن تهئ المؤسسة لجمهوها المعارض بالأرض المختلفة فتنقل لجمهورها أساليبها فى معاملة المستخدمين، وألا تجعل هدفها - الاستفادة من هذه المعارض - تحسين المبيعات فقط .

38- المدير الناجح يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها بسهولة ، لذا فمن المهم أن يدخل المدير المسئول فى اهتمامه الجوانب الإنسانية فى مجتمعه المحلى ، وأن يستعين بصحيفة محترمة تساعد فى نشر أفكاره واهتماماته.

39- إدخال الأموال التى تصرف عادة فى النشاط الترفيهى وتوجيهها إلى برنامج منظم للعلاوات . ويلاحظ أن هذا النوع من البرامج تهتم الصحافة بالحصول عليه ونشره .

40- إستخدام العملاء القدامى فى معاونة المؤسسة للحصول على عملاء جدد ، وذلك بتخصيص جوائز مناسبة للتعاون المثمر فى هذا الشأن . فهذا الاسلوب يجعل من الأصدقاء غير المهتمين بهذه المسائل أداة حركة فعالة .

41– الاهتمام بالمنظمات النسائية وتوجيه جانب من برامج العلاقات العامة نحوها.

42– أن تحرص المؤسسة فى كل مرة يتقدم فيها احد العملاء بطلب كمية كبيرة من السلع، على أن توجه له خطاب، فمن الخطأ أن تعتبر طلبات العملاء أمرا مسلما به.

43– الموزعون خير وسيط بين المؤسسة وجمهور المستهلكين ، ولهذا فمن المهم التأكد بأن الموزعين على علم جيد عن المؤسسة، وبالحقائق التى قد تساعدهم فى تحقيق رضا المستهلكين .

44– فى مناسبة الأعياد السنوية الهامة للمؤسسة ، يحسن تشجيع الصحيفة المحلية على إصدار طبعة خاصة بهذه المناسبة ، وتوزيع نسخ منها على جميع المساهمين والمستهلكين وأصدقاء المؤسسة.

45– تنظيم مسابقات بين المستخدمين والعمال لتحسين مساكنهم ، بمنح جوائز لأحسن المساكن جاذبية فى تأثيثها ، والعمل على تقديم الجوائز فى أحدى اوقات غذاء المستخدمين والعمال ، ودعوة الصحف فى هذه المناسبة .

46– دعوة أبناء العملاء لزيارة مصانع المؤسسة أو مخازنها ، فهؤلاء الصغار رجال الغد ، وعلى تأييدهم يتوقف جانب كبير من نجاح المؤسسة فى المستقبل.ومن المفيد ان تنظم المؤسسة اسبوعا لأبناء العملاء لتحقيق أسباب رضاهم عن المؤسسة.

47– تشجيع المستخدمين والعمال النابهين على تنظيم أحد الأندية الترفيهية أو الإشتراك فى بعض ألوان النشاط الخارجى تحت رعاية المؤسسة لتشجيع روح الترابط الجمعى بينهم ، فالمستخدمون والعمال هم حجر الزاوية فى برنامج العلاقات العامة .

48– تدريب السائقين المشتغلين بالمؤسسة على أن يراعوا أصول القيادة وأن يحرصوا على حياة الغير ، فالسائق العنيد الطائش يمكن أن يتسبب فى عداوة ما بين عشرة إلى اثنى عشر ة شخصا كل يوم . وتذهب بعض المؤسسات إلى حد تكليف سائقيها بالتوقف وتقديم المساعدة اللازمة لقادة السيارات الذين يحتاجون إلى المساعدة وتحرص مؤسسات أخرى على عرض أفلام على سائقيها لإرشادهم إلى أنسب الطرق لقيادة السيارات .

49- اختيار بعض الإداريين فى المؤسسة للمساهمة فى نشاط الهيئات المحلية كالإحتفالات القومية ، وتنظيم حملات جمع المال للأعمال الخيرية وغير ذلك ، فشئون المجتمع المحلى تستلزم معاونة رجال الأعمال الذين خبروا الحياة الاجتماعية . هذه الاتصالات المباشرة بين المؤسسة والمجتمع المحلى تعود بفائدة كبيرة على المؤسسة وإنتاجها .

50- كسب صداقة كل فرد يتقدم للإلتحاق بالمؤسسة، وحتى إذا لم تتمكن المؤسسة من تشغيل هؤلاء الأفراد ، فيمكن إشعارهم باهتمام المؤسسة بأمرهم حتى ينصرفوا وهم يعتقدون أن المؤسسة تعتبر بالنسبة لهم مكانا وديا إنسانيا.

51- اختيار مكان معين أو شعار معين يعطى المؤسسة طابعا خاصا فى أذهان الجماهير كأن تضع المؤسسة ساعة كبيرة فى أعلى برج فى مبناها ، أو أن ترفع أكبر علم على ساريتها أو أن تضع ترمومترا كبير الحجم فى مدخلها ، أو أن تزود مجالها الخارجى بنافورة جذابة وغير ذلك من المظاهر التى يمكن أن تعرف بها المؤسسة بين الجماهير .

52- منح جوائز أو تقديم ميداليات للأفراد المسئولين عن الأعمال البارزة كعمليات البحث والصيانة وتنمية المبيعات وتقليل النفقات وتحسين الإنتاج .

53- تعتمد بعض أنواع النشاط لتحسين علاقات العمل أو التقدم الفنى ، ذلك بنشر الكتب التى تتضمن المعلومات أو المراجع أو الأساليب التى تساعد المؤسسة فى الوقوف على كيفية الاستفادة بانتاجها بصورة أفضل .

اهمية العلاقات العامة :

تبرز أهمية العلاقات العامة فى أن المنشآت الصناعية تنتج العديد من السلع التى تستهدف وصولها إلى أيدى المشترين والمستثمرين ، وهى فى ذلك ترتبط بالموردين والمنشآت الأخرى التى تتعاون معها ، وتمدها باحتياجاها المختلفة . بالإضافة إلى احتياج جمهورها الداخلى التى يتمثل فى الموظفين والعمال إلى من يربطهم بالمنشأة وأهدافها ويحببهم فيها ، ويزيد من إخلاصهم وولائهم لها .

ويبدو أهمية العلاقات العامة فى أن المنشأة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التى تنتجها المؤسسة . وإذا لم تكن إدارة العلاقات العامة فى المنشآت الصناعية على مستوى علمى عال من الخبرة والكفاءة ، فلا شك أن علاقاها مع جمهورها الداخلى والخارجى سوف تتأثر بذلك وقد يحدث أن تواجه المنشأة بمواقف سيئة وصعبة تحتاج إلى القدرة واللباقة والحكمة فى معالجتها ، حتى لا يظهر أى رأى مضاد ، أو كراهية للمنشأة ومنتجاها . خاصة فى مجالات المنافسة والتى يسعى فيها المتنافسون إلى إطلاق الشائعات والتشويش ضد المنشآت الأخرى . وهنا تبرز أهمية العلاقات العامة فى مواجهة هذه الصعوبات .

وتبدو أهمية العلاقات العامة كذلك فى المنشآت الخدمية ، فقد تكون الخدمة التى تقدمها غير ضرورية بالنسبة للفرد ، أو قد يكون هناك بدائل لها ، مما يصعب من دور العلاقات العامة . فإذا ما أهملت شركة طيران — مثلا — الاهتمام بعملائها ، وعجزت عن تقديم الخدمات لهم على الوجه المرضى ، أو عدم قيام طائراها فى مواعيدها المحددة . فلا شك أن أمام الجمهور بدائل تتمثل فى شركات الطيران الأخرى التى تقدم أحسن الخدمات بنفس التكلفة ، بل وربما أقل .

ويتضح أهمية العلاقات العامة فى مجال المنظمات الحكومية حيث تقوم بدور هام فى تحسين العلاقات بين الحكومة أو الوزارة والجمهور ، فعن طريقها ينمو الشعور بالمسئولية لدى المواطنين ، وبالتالى تحويلهم إلى جمهور إيجابى متعاون مع الحكومة . ولقد نمت العلاقات العامة كمفهوم إدارى وكوظيفة حيوية فى الدول المتقدمة خلال

الثلاثين عاما الماضية . وتظهر أهمية العلاقات العامة من حيث أنها تؤدى وظيفة هامة وحيوية للإدارة العامة، إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياستهم، ويجسوا نبض الرأى العام قبل هذه السياسات ، ومن حقهم أيضا أن يردوا على النقاد ، ويبرروا تصرفاتهم التى تشغل الرأى العام [1].

وقد ظهرت الحاجة إلى العلاقات العامة على أثر التغير الكبير الذى حدث فى المجتمعات الحديثة،فقد تميز المجتمع الحديث بتغيرات واسعة فى شكله وتكوينه وطبيعته من النواحى السياسية والإقتصادية والاجتماعية. ولعل أهم هذه التغيرات:-

1- ازدياد كبير فى قوة ونفوذ الرأى العام خاصة فى المجتمعات الديموقراطية ، وهذا التطور فى تزايد مستمر من يوم لآخر ، فحتى تستمر الحكومات فى الحكم لابد من أن تبذل محاولات لكسب ود الجماهير الشعبية . وتأييد الجمهور للحكومة وثقته فيها ومحبته لها عامل أساسى لنجاح الحكومة . وتحاول الحكومة المساهمة فى تكوين رأى عام سليم واعى عن طريق عمليات الأخبار الصادقة ، الهادفة إلى تعليم الجمهور الطرق السليمة للحصول على الخدمات التى تؤديها الأجهزة الحكومية . وبذلك تسعى الوزارات والمصالح والهيئات الحكومية المختلفة إلى تحقيق التفاهم بينها وبين الجماهير المتعاملة معها . وبالإضافة إلى ذلك ، فقد ظهرت قوى مختلفة تحاول كل منها جذب الرأى العام لها مثل النقابات المهنية المختلفة ، والاتحادات والغرف التجارية ، والجمعيات التعاونية وغيره . لذلك كان لابد من الاهتمام بالرأى العام ودراسته والتعرف على خصائصه وتوجيهه الوجه الصحيحة بما فيه صالحه وصالح المجتمع ومنظماته ، كذلك الحال بالنسبة للمؤسسات ، فحتى تنجح فى أعمالها لابد أن تكون على إتصال دائم بالجماهير التى تتعامل معها والمجتمع الذى تباشر فيه نشاطها .

2- كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية وازدياد التنافس بينها، فأصبح وجود الشركات الضخمة ذات التجهيزات الآلية الكبيرة التى يعمل عليها ألاف

1- د. عبد الكريم درويش ود. ليلى تكلا ، المرجع السابق ص 495.

العمال ، تنتج إنتاجا ضخما من السلع . وتتعامل مع الملايين من البشر فى بقاع العالم المختلفة من مظاهر المجتمع الحديث . هذه التغيرات فى حجم المؤسسات جعلها فى حاجة ماسة إلى أن تحقق اتصالات سليمة بهذه الأعداد الكبيرة من الجماهير المختلفة . وأن تنظم برنامجا وترسم خططا تسير فى ضوئها فى علاقاتها العامة .

3- فى ظل التحول الصناعى والتجارى الضخم ، نظم العمال أنفسهم فى نقابات تجمع كلمتهم وتدافع عن مصالحهم . وأصبحت هذه النقابات فى الأمم الصناعية المتكلم الرسمى للعمال ، وأصبح لها من القوة والنفوذ ما جعل أصحاب الأعمال يخشون بطشها ويقبلون مراضاتها . وتتبع النقابات لتحقيق مطالب العمال طريقين ، أولا : طرق الضغط على أصحاب الأعمال مستخدمين فى ذلك الاضراب . ثانيا: طرق الإقناع – أى اقناع الرأى العام حتى يلمس أفراده عدالة قضيتهم فينضم إلى صفوفهم ويضغط بدوره على أصحاب الأعمال والشركات لتحقيق مطالب العمال ، وفى هذه الحالات لابد لأصحاب الأعمال والشركات من مواجهة ضغط النقابات بضغط مماثل ، ومقاومتها بنفس السلاح الذى شهرته فى وجهها ، وهو اكتساب الرأى العام ولا شك أن الغلبة فى النهاية ستكون لمن يفوز بثقة الرأى العام[1] . وهكذا تبدو أهمية دور العلاقات العامة .

4- التحول الذى حدث فى المجتمعات من إعتماد اقتصادها على الزراعة إلى الاعتماد على الصناعة صاحبه تحول أيضا فى السكان أنفسهم ، فانخفضت نسبة سكان الريف ، وارتفعت نسبة سكان الحضر ، وأصبح هذا التحول يحتاج إلى جهود إعلامية ضخمة لمواجهة التغير الاجتماعى والعمل على استقرار المجتمع وتحقيق مصالحه[2].

5- تطورت وسائل الإعلام والنشر تطورا ضخما نتيجة للتقدم الفكرى والفنى الكبير، فهناك تقدم فنى فى الطباعة ، وتطور فنى فى إخراج الصحف والمجلات ، كما ظهرت وسائل إعلام لم تكن معروفة فيما مضى كالأفلام السينمائية والراديو

1-د. جلال حسن . المرجع السابق. ص 9

2-د. محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية . ص 53

والتليفزيون، مما سهل مهمة العلاقات العامة فى الإتصال بالجماهير المختلفة فى الأمـــاكن المختلفة واستخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة ، وفى الأوقات المناسبة .

اهداف العلاقات العامة :

تمارس معظم الهيئات والمنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توافر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أم لم يتوافر ، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد . وحتى فى حياتنا الشخصية يعمل الفرد على تحسين علاقته مع الآخرين [1]

ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط ، بل أن مجالها يتبع لكافة أنواع النشاط الخاص والعام جميع الميادين من زراعية وتجارية وصناعية وتشمل علاقات العمل وتحسين ظروفه ورفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين والتعليم ، والانسجام مع المظاهر الهامة للإدارة الصناعية . والإهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترفيهية والاجتماعية والنفسية .

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف ، فكل حملة من حملات الإعلام ينبغى أن تركز على سلسلة متكاملة من الأهداف والأغراض توضح سلفا، فيتحقق هدف وراء هدف فى سلسلة مرتبة .

والنتيجة العامة هى تحقيق الأهداف جميعا، وفى النهاية بلوغ الهدف الأسمى الشامل المراد. وإذا لم تحدد هذه السلسلة من الأهداف سلفا ، فإن النتيجة ضياع الوقت والجهد والمال ، وبالتالى الفشل الذريع.

ولما كان من المألوف أن تتضارب مصالح الجماهير ، فواضح إذن أن أى هدف يرجى بلوغه إنما ينبغى أن يكون وسطا بين هذه المصالح المتضاربة . وينبغى كذلك تعيين الأهداف فى ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية العريضة السائدة بين الرأى العام. كما ينبغى أن تكون تلك الأهداف معقولة من حيث الجهد والمال والموظفين الذين يسعون إلى تحقيقها . ولعامل الوقت أثر كبير فى تعيين أهداف العلاقات العامة . ومن

1-David finn .Op.cit, p. 2 .

الأمثلة على ذلك تنظيم حملة لجمع التبرعات ، ونظرا لضيق الوقت تبسط الأهداف ، فكلما قصر الوقت تعين تبسيط الأهداف المباشرة[1].

ويمكن تلخيص تلك الأهداف فى الآتى :-

1- تهدف العلاقات العامة إلى التوعية بالأهداف العامة للدول ، وتعليم الجمهور عن السياسة العامة ، ومسئوليتة فى تنفيذها . كما تهدف المنظمات إلى التوعية بأهدافها ، وأسلوب وعمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير . كما تسهل التنسيق بين مجهودات الأفراد ، فعندما يعرف كل شخص فى المجموعة الأهداف المطلوب الوصول إليها ، فإنهم يعملون متعاونين فى الوصول إليها . وتعد الأهداف مقياس للتقويم والرقابة طالما أنها تحدد المطلوب عمله . وتؤدى أيضا إلى عمليات تعديل استراتيجيات المنظمة . وهكذا فإن انعدام الهدف أو عدم وضوحه وتحديده يعتبر أحد العوامل الأساسية التى تبعد كثيرا من المجهود فى هذا المجال .

ومن الأمثلة التى توضح هذه الأهداف ما يلى :

أ- أن تكون الشركة رائدة فى صناعة ما فى بعض الأسواق الممتازة .

ب- أن تجعل المستهلك يشعر برضا مستمر وتزايدا فى الأسواق الحالية والجديدة.

ج- أن تنتج ربحا مناسبا ، بحيث تستطيع أن تدفع عائدا معقولا لحملة الأسهم، وأن توفرالموارد اللازمة للتوسيع واستقرار الشركة فى المستقبل .

د- أن تعتبر الشركة مواطنا صالحا فى المجتمع الذى تعمل فيه ، وتزيد إحساسها بالمسئولية الاجتماعية تجاه الجماهير المختلفة ، والمجتمع بصفة عامة .

هـ- تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية .

2- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقة طيبة ، وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوفيق والإنسجام بين المنظمة والجماهير، سواء كان هذا الجمهور داخليا كالعاملين

1- د. محى محمود وسمير حسين منصور . المرجع السابق ص 31- 34

بالمنظمة حتى يشعروا بالرضا والارتياح ، وترتفع الروح المعنوية بينهم، فيرتفع إنتاجهم ، وينمو إحساسهم بالإنتماء. ويأتى ذلك عن طريق تنفيذ برنامج كبير للتثقيف والارشاد، وآخر للتدريب على الأعمال الجديدة، وتحسين ظروف العمل ، ووضع نظام عادل منصف مناسب للتعويض ، والتثبت من أن الأجور وغيرها من مزايا العمل تتناسب مع متوسط الأجور الصناعية أو تفوقها ، وتفهيمهم حقيقة ما يدور حولهم ، وتعرفهم لماذا يجلس هذا الموظف فى مكتب فخم بينما يجلس آخر فى مكتب أقل فخامة . ولماذا يرتدى العمال هذا النوع من الملابس دون غيره. وعموما فإن العمال ينبغى أن يتمتعوا بظروف عمل صحية ووسائل للراحة ولابد من ان نحترم آرائهم ومقترحاهم . والوصول إلى الجمهور الداخلى ليس أمرا صعبا ، حيث أن علاقات العمل توفر اتصالا يوميا .

هذا بالإضافة إلى تشجيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية والصلات والانشطة الرياضية ، وحل المشكلات الخاصة بالعاملين ، ويبدأ هذا الاتصال من الإدارة العليا . ويمكن أن يكون الاتصال على كافة المستويات الإدارية فى المنظمات الكبيرة والصغيرة على السواء ويتمثل الجمهور الخارجى فى اتحادات العمال والمستهلكين والموردين والموزعين، والبنوك ومنافذ البيع والتصريف، وكذلك أفراد المجتمع حيث من الممكن إقامة المستشفيات والمدارس والمساجد. ويمتد التوافق إلى علاقاها بالمنظمات الأخرى حتى تكون العلاقات بين المنظمات بعضها وبعض تعتمد على المنافسة الشريفة ، وعدم هدم جمهور المنظمات الأخرى. وتؤدى برامج العلاقات العامة دورا كبيرا فى التوفيق بين الميول المتباينة للأفراد والجماعات ، وتعمل على تعديل الاتجاهات السلبية لدى الجمهور إلى اتجاهات إيجابية بناءة كما أنها تنقل أفكار وآراء الجماهير واتجاهاهًا نحو المنظمة إلى الإدارة ، وتقوم بنصحها وإرشادها حتى تتمكن من تعديل سياسة المنظمة وخططها بما يتناسب مع ما تتوقعه الجماهير من هذه المنظمة . ويمتد التوافق والإنسجام الذى تسعى إليه العلاقات العامة إلى علاقتها مع أجهزة الاعلام .

3- تسعى العلاقات العامة إلى القيام بلأعمال المتنوعة التى تقوم بها الإدارات الأخرى ، ومساعدها . فهى تقوم مثلا بمساعدة إدارة العلاقات الصناعية باجتذاب الممتازين من الموظفين والعمال وهى تشجع الاتصال بين المستويات العليا فى الادارة

المستويات الدنيا ، وبالعكس . وهى تساعد إدارة المبيعات فى ترويج منتجات المنظمة سواء المنتجات الحالية أو الجديدة .

4- تهدف العلاقات العامة إلى رفع الكفاية الانتاجية بتوفير العامل المادى والمعنوى وزيادة الفوائد التى تعود على أصحاب الشركة وعمالها ومستهلكى منتجاتها والجماعات التى تعمل فيها، وذلك عن طرق وضع برنامج لتحسين المصانع والمنتجات، والاستغناء عن الآلات البالية . وكذلك العمل على إنتاج السلع الجديدة فى أقرب موعد يتناسب مع الإنتهاء من الاختبارات اللازمة ، وإعادة تنتظيم الأعمال المكتبية ، وزيادة منافذ التوزيع [1].

5- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات ودية مع المساهمين وهؤلاء ينحصر اهتمامهم فى تأمين استثماراتهم ، والوقوف على أحدث تطورات الانتاج والمشروعات التوسعية والأسواق الجديدة . ومن ثم ينبغى إحاطتهم علما بجميع خطط الشركة ومشروعاتها مع تعليلها وتبيان ما ينتظر أن يعود عليهم من منفعة من حيث ضمان أموالهم المستثمرة ، ومن حيث فائدة كافية لرأس المال.

ويمكن التعرف على رغبات المساهمين بوسائل متعددة ، فمثلا اجتماعات الجمعيات العمومية تهيئ للشركة فرصة طيبة للتحدث مع المساهمين والإلمام بوجهة نظرهم، كذلك من الخطابات التى يرسلها المساهمون لإدارة الشركة يمكن معرفة كثير من الرغبات ، ولآراء . وقد تلجأ بعض الشركات لعمل استقصاء لآراء المساهين ورغباتهم عن طريق إرسال قائمة بالبريد تحتوى على عدد من الأسئلة للإجابة عليها ، أو يمكن توجيه هذه الأسئلة بواسطة مندوبى قسم العلاقات العامة عن طريق مقابلات شخصية ، ولا يعنى ذلك مقابلة كل المساهمين بل يكتفى اخذ عينة ممثلة لهم [2].

1- انظر ادوارد . بيريز وآخرين . العلاقات العامة فن . ص 51 .

2- د. حسن أحمد توفيق – العلاقات العامة ، ص 128

6- قمتم العلاقات العامة بتلقى رغبات الموزعين وملاحظاقم ومقترحاقم ، خاصة فيما يتعلق بطريقة التعبئة أو التغليف أو فئات الوزن أو طريقة التشكيل والعرض. والموزعون هم حلقة الاتصال بين المؤسسة والعميل ، وهم كل من يتعامل مع السلعة من وقت خروجها من المصنع إلى أن تصل إلى يد المستهلك. وكثيرا ما كانت قراراقم واتجاهاقم ذات أثر حاسم فى مستقبل المؤسسة الصناعية ، ومن ثم يقع على أكتافهم كسب ونجاح المؤسسة أو فشلها . ولهذا تحرص العلاقات العامة على قميئة اساليب الاتصال المباشر بينهم وبين المؤسسة.

7- قمتم العلاقات العامة بانشاء الصلات الطيبة بين المستهلكين والمؤسسة ذلك أن الترويج للمؤسسة يؤدى إلى الترويج للسلع . ولاشك أن المستهلك هو سيد السوق ، فمن أجل المستهلك تنتج السلعة ، وبفضل المستهلك تدور عجلة الانتاج ، وبتشجيع المستهلك وإقباله على السلعة يعيش المنتج . ومن ثم لابد من الاستجابة إلى رغباته ، فهو قوة رئيسية تؤثر فى نجاح الشركات اوفشلها .

8- قمدف العلاقات العامة إلى تنمية الشعور بالمسئولية الاجتماعية والقومية لدى الموطنين ، ومساعدقم على تحمل المسئولية فى رسم السياسة العامة للمنظمة ، وحل مشاكلها .

وظائف العلاقات العامة :

عرفت العلاقات العامة باعتبارها نشاط رسمى تقوم به المنظمات بعد أن تقرر لهم ميزانية خاصة بها. وقد لاقت فكرة تخصيص ميزانية لنشاط العلاقات العامة اعتراضات كثيرة عند الإدارة العليا .

ولكن من هم رجال العلاقات العامة ؟ وماذا يفعلون ؟ وماهو عملهم ؟ فقد نعت كثير منهم بأهم متحدثون لبقون ، ويعدون الناس بالكثير ، ولكنهم لايفعلون إلا القليل . وهم يسعون فى غالبية الأمر إلى الحصول على مكاسب شخصية ، حتى ولو كان ذلك على حساب الشركة التى يعملون بها .

وقد اقترحت المنظمات والمؤسسات إنشاء إدارات وأقسام للعلاقات العامة بعد أن أكتشفوا أنها من أهم أقسام المؤسسة وأنها حيوية، وذات تأثير فعال، وأنها تستطيع أن تحل المشكلات التي تواجه المؤسسات، وحتى المؤسسات التى ليس لديها قسم العلاقات العامة ، فإنها تلجأ إلى مكاتب ومستشارى العلاقات العامة من الخارج ، وذلك نظير أجر . ومن هنا بدأت وظيفة ومسئوليات إدارات وأقسام العلاقات العامة [1].

وتبدو أهمية وضرورة تحديد وظائف وأنشطة العلاقات العامة فى أن عدم تحديد هذه الوظائف يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات العامة على أنه عمل فرد فى المنظمة ، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة وأن كل من ينتمى إلى المنظمة يستطيع القيام بهذا العمل ، ويمكن القول بأن المنشأة ككل يجب أن تكون موجهة بالعلاقات العامة ، ولكن هذا لايعنى عدم وجود إدارة متخصصة تكون مسئولة عن تخطيط وتنفيذ أنشطة العلاقات العامة ، كما يؤدى عدم تحديد نشاط العلاقات العامة إلى الخلط بينها وبين غيرها من الأنشطة الأخرى مثل الإعلان والدعاية؛ مما يترتب عليه زيادة الصراعات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى مثل (إدارة التسويق) حول مدى أحقية كل إدارة فى ممارسة النفوذ والرقابة على هذه الأنشطة .

وليس لقسم العلاقات العامة سلطة على بقية أقسام المنشاة ، وبذلك لايكون من سلطة مدير أو رئيس قسم العلاقات العامة إعطاء أوامر للأقسام الأخرى ، فهو يرسل وجهة نظره إلى الأقسام المختلفة فى شكل مقترحات واستشارات ، والجهة التى تصدر منها الأوامر الإدارية الخاصة بأعمال العلاقات العامة هى الإدارة العليا للمنشأة ممثلة فى عضو مجلس الإدارة أو أى عضو آخر يكلف بالإشراف على أعمال العلاقات العامة[2].

وفى الواقع ، فإن نجاح إدارة العلاقات العامة فى أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التى تلقى على كاهلها. وفى الواقع تختلف مسئوليات هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى، وذلك حسب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها.

1- See David finn, op.cit.p.p.17-18 and See Gerre jones, p.25.

2- د. صلاح الدين عبد الباقى ، العلاقات العامة من الناحيتين العلمية والعملية . ص 26 .

وعموما تهتم إدارة العلاقات العامة بالبيئة أو المناخ الإجتماعى ، ومن ثم فإن العاملين فى مجالها يجب ان يهتموا اهتماما كبيرا بالنظريات والاكتشافات التى سيخرجها علماء الاجتماع، وعلماء الإدارة. ويذهب العديد من الكتاب إلى أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة ، وهى البحث ، والتخطيط ، والاتصال، والتنسيق، والتقويم .

اولا : البحث:

تقوم العلاقات العامة بجمع وتحليل وبحث ودراسة اتجاهات الرأى العام لجماهير المؤسسة أو الهيئة ، ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم حتى يمكن الحصول على حقائق صحيحة. فبالنسبة للجامعة يمكن معرفة اتجاهات الرأى بين الأساتذة والطلبة وأولياء الأمور . وفى الجيش يمكن معرفة الرأى بين الجنود والضباط وغيرهم من الفنيين . وفى الشركات والوزارات تدرس اتجاهات الرأى العام بين الموظفين والعمال .

وبالإضافة إلى ذلك تقاس إتجاهات الرأى العام بين الجماهير الخارجية كالمساهمين والمستهلكين والتجار . وتدرس العلاقات العامة كذلك التطورات المستمرة التى تحدث فى الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية والسياسية. وتقوم كذلك ببحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التى تهم الإدارة العليا ورفعها إليها .

وتشمل الأبحاث كذلك المبادئ الفنية للعلاقات العامة ، وتحليل وسائل النشر كالصحافة والإذاعة والسينما ، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التى تقوم بها ، وتحديد أى الوسائل الاعلامية أكثر فاعلية . هذا فضلا عن البحوث التى تتناول التطور الذى يطرأ على العلاقات العامة ، وتدرس كذلك آراء وتجاهات قادة الرأى فى المناهج كالمعلمين ، ورؤساء النقابات ورجال الأعمال وغيرهم [1] .

ثانيا : التخطيط :-

حيث يقوم جهاز العلاقات العامة برسم السياسة العامة للمؤسسة ، كذلك رسم السياسة والبرامج الخاصة بالعلاقات العامة فى إطار السياسة العامة للمؤسسة، وخططها فى ضوء البحوث والدراسات التى يقوم بها الجهاز وذلك بتحديد الأهداف، والجماهير

1-See Robert D. Ross the Management of public Relations p.p.62.63.

المستهدفة وتصميم البرامج الاعلامية من حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات على الخبراء ، وتحديد الميزانية تحديدا دقيقا ، مما يعاون فى إدخال تعديلات على السياسة العامة للمؤسسة . وبالإضافة إلى ذلك فهى تقوم بشرح سياسات المنشأة للجمهور ، أو أى تعديل أو تغيير بغية قبوله إياها ، والتعاون معها.

ثالثا: التنفيذ:

أى القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة ، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور ، وعقد المؤتمرات ، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور والشرائح Slides ، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية ، وإقامة الحفلات ، وإعداد المهرجانات، وإقامة المعارض والمباريات المختلفة ، وتنظيم الندوات ، والمحاضرات ، والأحاديث ، والمناظرات .

ولجهاز العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهو يقدم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور . فهى مثلا تساعد إدارة شئون العاملين فى اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم ، والنظر فى وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم. وإعداد ما يلزم للعناية بصحتهم ورياضتهم وثقافاتهم . كما تسهل العلاقات العامة لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين من خلال تعرفها على اتجاهات الجمهور نحو السلع أو الخدمات التى تنتجها أو تقدمها المؤسسة إلى عملائها .

وهى تسهل مهمة الإدارة القضائية فى عرض الحقائق المتصلة بالقضايا المختلفة على الرأى العام . وتشترك إدارة العلاقات العامة فى إعداد التقارير السنوية عن المركز المالى للمؤسسة ، واخراجها فى صورة جذابة ، يفهمها المساهمون والمستهلكون وغيرهم ، وكذلك تساعد إدارة المشتريات فى إقامة علاقات طيبة بالمتعهدين وغيرهم من مصادر الانتاج .

وتعمل العلاقات العامة على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة فى المجتمع ، وذلك عن طريق الكشف عن المجالات ذات الفائدة المشتركة،

فإذا أريد – مثلا – أن يقام معرضا ناجحا للكتاب، فإن المعرض ينظم بحيث يتلاقى مع رغبات أمناء المكتبات وأصحابها [1]. كما تقوم بتعريف الجمهور بالمنشأة وتشرح السلعة أو الخدمة التى تنتجها بلغة سهلة بغية اهتمام الجمهور بها .

وتسعى العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة مع قادة الرأى فى المجتمع ، بوضع الحقائق أمامهم سواء فى مكتبة المنظمة أو مكتب الإعلام ، أو الدوريات السنوية . كما تعمل على إقامة علاقات طيبة مع معهد التدريب حتى يتسنى تدريب موظفيها وعمالها فى هذه المعاهد بمساعدات التعليم ، والسماح لطلاب المعاهد بزيارة المنظمة.

وتساعد العلاقات العامة الجمهور على تكوين رأيه ، وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا على أسس من الحقائق الصحيحة. كما تعمل على إحداث تغيير مقصود فى اتجاهات الرأى العام وتحويله إلى صالح المؤسسة . وهى تمد المنشأة كذلك بكافة التطورات التى تحدث فى الرأى العام .

رابعا: التنسيق:-

تعمل العلاقات العامة على التنسيق بين الإدارات المختلفة لتحقيق التفاهم بين بعضها وبعض، كما تعمل كحلقة اتصال وأداة تنسيق بين الموظفين والشخصيات المختلفة، وبين المستويات الدنيا والمستويات العليا. كما تنسق بين إدارة التسويق والمستهلكين ، وإدارة المشتريات والموردين ، والمؤسسة وحملة أسهمها .

خامسا : التقويم :

ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة، والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها .

بناء إدارة العلاقات العامة وتبعيتها :

من الصعب رسم نظام معين لإدارة العلاقات العامة فى منشأة من المنشآت ، فهذه تختلف من منشاة لأخرى حسب حجم المنشأة وطبيعة اعمالها ، ففى حال صغر حجم

1- جمعية قلم الكتاب الأمريكية ، العلاقات العامة الناجحة، ص 30.

المؤسسة – مثلا– يقوم المدير بنفسه أو بواسطة معاون له ضمن العاملين فى المؤسسة بأعمال العلاقات العامة .

كما يختلف جهاز العلاقات العامة حسب مدى فهم القائمين بالإدارة فيها لأعمال العلاقات العامة ، ومن ثم يختلف البناء التنظيمى لإدارة العلاقات العامة من جهة إلى أخرى . فالوحدات التنظيمية التى تدخل فى بناء إدارة علاقات عامة للقوات المسلحة قد تختلف عنها فى وزارة الزراعة والإختلاف هنا قد يكون ضرورة يستدعيه اختلاف الأهداف واختلاف الخطط واختلاف البرامج والجماهير .

كذلك الأمر بالنسبة لتبعية العلاقات العامة ، فقد تستند هذه المهمة إلى أحد مديرى الإدارات كإدارة الأفراد أو إدارة المبيعات أو إدارة الإعلانات ، أو قد توزع المسئولية بينهم وفى بعض المنشآت الأخرى نجد أن هناك إدارة كاملة للعلاقات العامة يرأسها مدير يتبع عضو مجلس الإدارة المنتدب مباشرة ، وتشمل عدة اقسام من بحوث وتخطيط إلى تنسيق وانتاج .

ويتصل أعمال العلاقات العامة اتصالا مباشرا بالأهداف والسياسة العامة التى تنتهجها الإدارة . وعلى ذلك فإن أعمال العلاقات العامة يجب أن توضع فى التنظيم العام للمنشأة على مقربة من الإدارة العليا وتحت إشرافها المباشر ، فيكون مدير العلاقات العامة مسئولا أمام رئيس مجلس الإدارة ، وأن يكون بالقرب من الأفراد الذين يشغلون المراكز ذات المسئولية الكبيرة ، فى المؤسسة حتى يمكنه أن يحقق أحسن نتائج ، وأن يكون على مستوى مديرى الإدارات الأخرى [1].

ومن ناحية أخرى ، فإن تخصيص مدير أو قسم لإدارة أعمال العلاقات العامة لايعنى أن هذا الشخص أو هذا القسم هو الجهة الوحيدة التى تقوم بأعمال العلاقات العامة فحسب، ذلك أن العلاقات العامة عملية مستمرة يشترك فيها الجميع من المدير

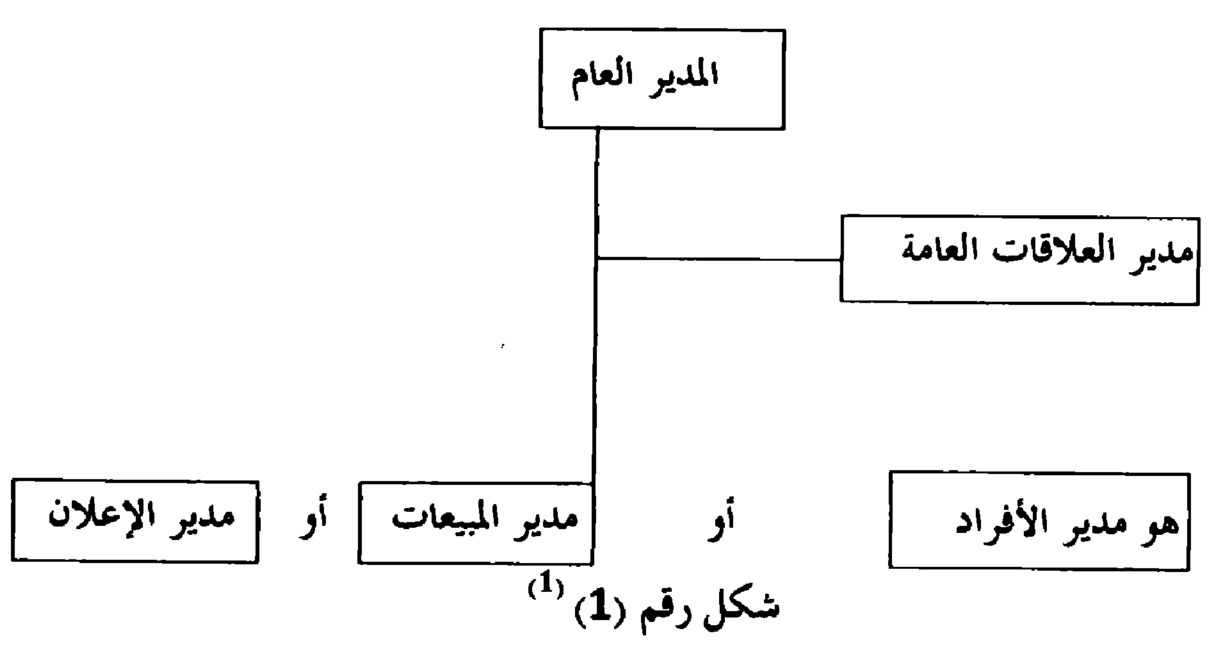
1- انظر د. صلاح الدين عبد الباقى : المرجع السبق ز ص 25– 26 .

, See Robert D, Ross, op cit, p .62.

العام حتى عامل النظافة ، ومن ثم فإن على مدير العلاقات العامة أن يشجع ذوى المهارات الأدبية والفنية من غير العاملين بإدارة العلاقات العامة على المشاركة فى بعض البرامج الخاصة بالعلاقات العامة .

ومن ثم فإن كل ما نقصده من تخصيص مدير أو قسم لإدارة أعمال العلاقات العامة هو وضع هذه الأعمال تحت إشراف الخبراء المتخصصين لمساعدة بقية رؤساء الأقسام بالمنشأة فى تحسين صلاقا مع فئات الجمهور المختلفة ، أى أن قسم العلاقات العامة يعتبر من الأقسام الإستشارية .

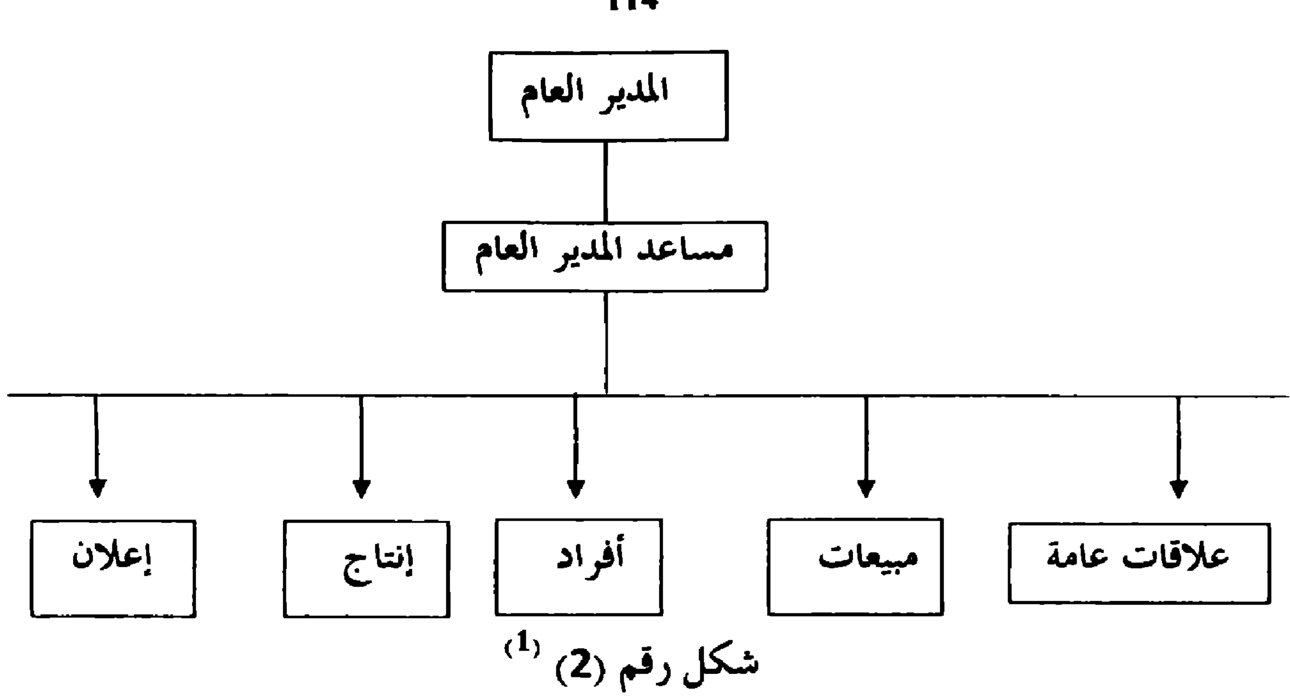
وفيما يلى عدد من النماذج المقترحة لمكان العلاقات العامة فى الخريطة التنظيمية . وقد روعى فيها أن يكون مديرها بالقرب من الأفراد الذين يشغلون المراكز ذات المسئولية الكبيرة فى المؤسسة . حتى يمكن أن يحقق أحسن نتائج .



شكل رقم (1) [1]

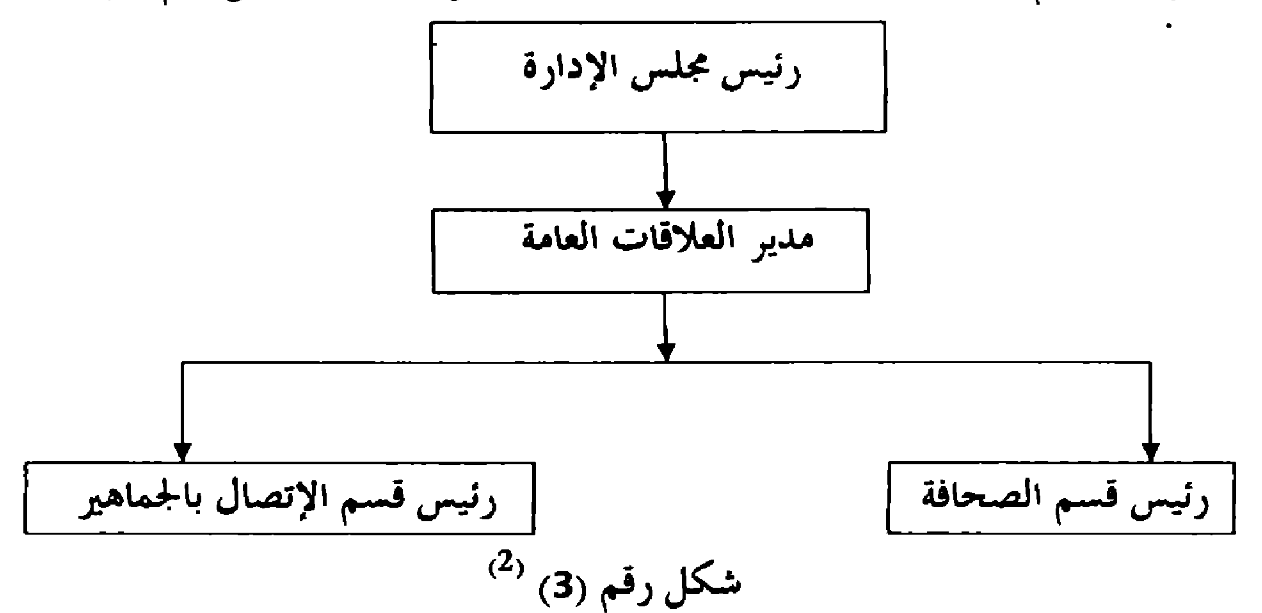
وفى الشكل الثانى يتصل مدير العلاقات العامة بمساعد المدير العام اتصالا مباشرا ولكنه يساوى مركز مديرى الإدارات الأخرى ، وبذلك يسهل عليه التفاهم معهم إذا كانوا يعقدون جلسات دورية بانتظام لتقرير سياسة الشركة . والشكل التالى ذلك :

1- أحمد عسكر وآخرون . العلاقات العامة فى المؤسسات الاجتماعية ص 152 .



شكل رقم (2) [1]

وقد تنقسم إدارة العلاقات العامة إلى قسمين كما هو مبين فى الشكل رقم (3) :



شكل رقم (3) [2]

وقد يقوم بأعمال العلاقات العامة مدير تتبعه عدة أقسام ، وذلك فى حالة اتساع مشروعات وبرامج وخطط العلاقات العامة والمدعمة بامكانيات مادية مناسبة . ويكون اتصال هذا المدير مباشرة ووثيقا بالإدارة العليا . ولمدير العلاقات العامة الحق

1- د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والاعلام ص 90 .

2- د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة ص 90 .

فى حضور جلسات مجلس الإدارة بالمنشأة إذا لم يكن عضوا فيه[1]. والرسم التالى يوضح هذا النموذج.

صلاحية رجل العلاقات العامة :

لكى يصبح رجل العلاقات العامة صالحا لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التى تحدث فى الرأى العام . كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها ، وأن يؤمن إيمانا كاملا بعمله ورسالته التى يؤديها ، متيقظاً لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طرق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصلحة له سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على ما يعين له من أسئلة . أو بالاستجابة لملاحظاته المعقولة ، أو بأداء خدمة واقعية له.

وهذه اليقظة أيضا تتيح له فرصة البت السريع فى العمل ، وهى صفة أساسية لرجل العلاقات العامة ، ففى دقائق يتطلب الأمر من رجل العلاقات العامة أن يبت مثلا فى مدى أثر نشر خبر فى نفوس الجمهور أو فى مشكلة تتعلق بفرد من الأفراد أو فى اقتراح باتخاذ إجراء من الإجراءات .

وهو بمقتضى هذا البت السريع سيتصرف على الفور دون تردد ولهذا فإن الظروف تدفعه دفعا إلى أن يحصل على أكبر قدر ممكن من الثقافة بكل ماحوله وبنفسية الجماهير وبوسائل التأثير فيها ، وبالتنظيمات الإدارية والفنية التى تمكنه من أداء عمله على الوجه الأكمل ، ونجاح المؤسسة التى يخدمها [2].

ولابد من توفر شروط فى القائمين بأعباء العلاقات العامة . وتنقسم هذه الشروط إلى ثلاثة أقسام :

أولا : شروط موروثة .

ثانيا : شروط تعليمية .

1- د. عادل حسن . المرجع السابق ص .151 .

2- د. محمد خير الدين . أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية ص 57 -60

ثالثا: شروط مكتسبة .

اولا : الشروط الموروثة:

وهى تتعلق بالدوافع الفطرية. والدوافع الفطرية هى الأساس الأول للسلوك الإنسانى. وتظهر هذه الدوافع بعد الولادة مباشرة ، ولا تكون نتيجة خبرة أو تعلم أو تجربة، ذلك كأن يكون شخصيته مكتملة، ونضج عاطفى وذاكرة قوية وعقل منظم، ومؤدبا، لبقا، سريع الخاطر، مخلصا حازما، شجاعا، مقداما، متفائلا، هذا وقوة غريزتى الاستطلاع وحب الاستطلاع من الواجب توافرها فى المشتغل بالعلاقات العامة .

ثانيا : الشروط التعليمية:

وهو يتضمن الحد الأدنى من المستوى التعليمى ، وكذلك التعلم والتدريب الجامعى والذى يؤهل المتخصص فى العلاقات العامة للعمل فى هذا المجال . ولاشك ان التعليم الأكاديمى يساعد على نجاح رجل العلاقات العامة .

ويستحسن أن يكون الشخص قد حصل على درجة جامعية فى التجارة أو الآداب أو القانون ، وأن يكون قد حصل على المواد الآتية : اللغات – الصحافة – علم النفس – علم الإجتماع – علم الأجناس – الفلسفة – المنطق – الإدارة العامة – القانون – الاقتصاد– إدارة وتنظيم المشروعات – التسويق والإعلان – الاحصاء النظرى والتطبيقى – العلاقات العامة – المبادئ والتطبيق وغيرها من المواد .

ثالثا: الشروط المكتسبة :

وتختلف هذه عن الدوافع الفطرية ، فى أنه لايولد الإنسان مزود بها ، ولكنها تكون نتيجة لحياة الفرد فى بيئة معينة وتأثره بها .

وتحقق كل الشروط التعليمية والمكتسبة صفات يحتاج إليها المشتغل بالعلاقات العامة هى: القدرة على الإدراك الواضح، وعلى التنظيم ، والحكم العادل الموضوعى، والقدرة على تقدير المواقف والتنبؤ ،وعلى مقاومة الضغوط ، والمرونة ، والقدرة

على التعامل فى المشاكل المختلفة[1]. وتحقق الشروط الثلاث السابق ذكرها أن يكون العامل فى مجال العلاقات العامة اجتماعيا بطبعه ، وعنده القدرة على الاقناع والإغراء وعلى الكتابة والخطابة ، وأن يعترف بالخطأ إذا وقع فيه ويرجع عنه .

ومنذ سنوات أجرى قسم وسائل الاتصال فى جامعة جنوب داكونا South Dkona استفتاء لأخصائى العلاقات العامة عن المهارات والصفات التى يجب أن يتصف بها رجل العلاقات العامة. وظهرت نتائج هذه الدراسة فى مجلة العلاقات العامة الصادرة فى سبتمبر 1972 . وجاء فيها مايقرب من 90% من المبحوثين أكدوا على أن القدرة على الكتابة هى أكثر المهارات اهمية. وذكر أحد المبحوثين أنه فى كل مرة يقوم فيها بعمل فإنه ينتهى بكتابة كلمات على ورق. وقد يكون ذلك فى شكل خطابات ، وخطب ، ومطبوعات ، وقصص ونشرات وتقارير .

وتأتى مهارة المعرفة بفن التصميما ت المطبوعة بعد القدرة على الكتابة. ويقصد بالتصميمات المطبوعة القدرة على تنفيذ مشروع من خلال تصور الفرد له ثم القيام بطبعه. وقد ذكر أحد المديرين أن كثيرا من المشارع يتأخر تنفيذها بسبب كثرة التكاليف ، أو لأن من يقوم بها لا يعرف شيئا عن فن الطباعة .

أما المهارات الأخرى فقد جاءت كما هو مبين وحسب أهميتها :

1- القدرة على التنظيم .
2- القدرة على الحديث .
3- القدرة على التعامل مع الناس .
4- معرفة بالأمور الاقتصادية والمالية .
5- تمييز الأخبار والقدرة على تعقلها [2].

1- Sam Back , practical Public Relations P.P.185- 186 .
2 –Gere Jones , op. 32.

التمييز بين العلاقات العامة وأوجه النشاط الاخرى :

الفرق بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية:

يوجد اختلاف بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية ، فالعلاقات الإنسانية تركز على العنصر البشرى ، والاعتبارات الإنسانية ، وتهتم بالتكامل بين الأفراد فى محيط العمل بالشكل الذى يدفعهم ويحفزهم إلى العمل بإنتاجية وبتعاون ، مع حصولهم على إشباع حاجاتهم الطبيعية والنفسية والاجتماعية . وتعنى مراعاة الاعتبارات الانسانية فى العمل أن تأخذ الإدارة فى اعتبارها المطالب الأساسية للإنسان فى الحياة .

ويرى سكوت Scott [1] أن العلاقات الإنسانية تشير إلى عمليات حفز الأفراد فى موقف معين بشكل فعال يؤدى إلى الوصول إلى توازن فى الأهداف يعطى المزيد من الإرضاء الإنسانى ، كما يساعد على تحقيق مطالب المشروع . أى تؤدى العلاقات الإنسانية إلى إرتفاع فى الإنتاجية ، وزيادة فى الفعالية التنظيمية، وأفراد سعداء يشعرون بالرضا عن أعمالهم .

ويمكن أن نستخلص مما سبق ذكره ثلاثة أهداف رئيسية للعلاقات الإنسانية هى :

1- أن تعمل على تنمية روح التعاون بين الأفراد والمجموعات فى محيط العمل .
2- أن تحفز الأفراد والمجموعات على الإنتاج .
3- أن تمكن الأفراد من اشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية .

فإذا تمكنت الإدارة من تحقيق هذه الأهداف للعلاقات الانسانية ، فإن النتيجة تكون نجاح المجهود الجماعى للأفراد فى محيط العمل . ولذلك يمكن تعريف العلاقات الانسانية باختصار بأنها تنمية مجهود جماعى منتج للمشروع ومنتج للأفراد فى نفس الوقت [2]

1- د. صلاح الشنوانى – إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية . ص 497

2- نفس المرجع ص 498- 499

الفرق بين العلاقات العامة والشئون العامة:

يوجد خلط بين العلاقات العامة والشئون العامة . فقد جرت بعض الهيئات على إنشاء أجهزة تقوم بنشاط العلاقات العامة ، وتطلق عليها خطأ تسمية إدارة الشئون العامة . والشئون العامة تعنى موضوعات مختلف تختلف باختلاف الناس ، وهى تعنى الأمور التى تهم الرأى العام. مثل الأمور السياسية، والحكومية، الانتخابات للمجالس النيابية ، وكذلك العلاقات العامة مع المجتمع المحلى ، ومشاكل الهجرة ، والتوطن ، وسياسة الأسعار ، وما إليها . وفى حدود هذا المفهوم تدرس الجامعات بالخارج ضمن برامج " الشئون العامة Public Affairs" المشاكل الدولية ، والموضوعات الهامة المعاصرة ، والعلوم السياسية الاقتصادية، والإدارة العامة.

وهكذا يبدو الاختلاف بين مفهوم "الشئون " ومفهوم " العلاقات " التى تعنى كما أوضحنا سلفا – الاتصالات .

الفرق بين العلاقات العامة والاعلام :

نقصد بالإعلام نشر الحقائق والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة والمؤسسة سواء الجمهور الداخلى أو الخارجى للمؤسسة . ومن وسائل الإعلام الأساسية الصحافة والإذاعة والسينما والتليفزيون و المحاضرات والندوات . ولقد سبق أن رأينا أن أحد تعاريف العلاقات العامة يرى انها إعلاما يقدم إلى الجمهور ، وإقناعا يوجه إلى الجمهور ، ومجهودات يبذل من أجل تحقيق التوافق والتكامل بين اتجاهات وتصرفات كل من المنظمة وجمهورها. والحق أن الإعلام يعتبر جزءا أساسيا وأداة هامة من ادوات العلاقات العامة. وعلى ذلك فإن العلاقات العامة كعملية اجتماعية تستخدم وسائل الإعلام المختلفة فى برامجها لتحقيق أهدافها .

الفرق بين العلاقات العامة والإعلان Advertisement :

تستخدم حملات الإعلان العديد من وسائل الاتصال مستهدفة بذلك الوصول إلى أكبر عدد من المشترين للإعلان عن بيع بأقل الأسعار وتختلف العلاقات العامة عن الإعلان من ناحية أن الأخير يلجأ إلى شراء مساحة فى دورية من الدوريات ، أو جزء

من الوقت فى الإذاعة والتلفزيون، وذلك من أجل التعبير عن وجهة نظره أو الاعلان عن بيع المنتجات. والتى قد تتفق أو لا تتفق مع وجهة نظر الناشر أو المذيع. ذلك أن القارئ أو المستمع يستقبل رسالة مدفوعة الأجر .

وقد تعطى الإعلانات سمعة طيبة للمصنع أو السلع ، ولهذا فإن الاعلان يعد عاملا مساعدا لبرامج العلاقات العامة. ومع ذلك فإن الاعلان يختلف عن العلاقات العامة، وإن كان يلعب دورا ملموسا فى برنامج العلاقات العامة [1].

الفرق بين العلاقات العامة والدعاية Publicity :

يخلط البعض بين العلاقات العامة والدعاية. ويرجع هذا الخلط إلى اتحاد أهدافهما، وهو الاتصال بالرأى العام ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه . فالدعاية هى أحد أنواع الاتصالات تستخدم كقوة للسيطرة على أفكار أفراد المجتمع وتوجيههم الوجهة التى حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم ، ويتم ذلك من خلال وسائل الاتصالات العامة – مثال ذلك حين تنظم إحدى الشركات حملة دعاية لتغيير مفهوم الناس عن طبيعة السلعة التى تنتجها ، فحين ثار جدل حول مدى اتفاق مشروب الكولا مع الشريعة الإسلامية ، سارعت الشركة المنتجة لشرب البيبسى كولا وقتذاك إلى تنظيم حملة دعاية من خلال وسائل النشر للتأكيد على صلاحية وطهارة المشروب دون أن تفصح عن شخصيتها .

وفى ضوء هذا يختلف الإعلان عن الدعاية فى أن المعلن يفصح عن شخصيته فى الإعلان ويدعو القارئ (المستمع) إلى إتباع سلوك محدد ، وبالتالى يرتبط اسمه فى ذهن القارئ بمضمون الرسالة الإعلانية . أما فى حالة الدعاية فإن القارئ لا يستطيع تحديد مصدر المعلومات المرسلة إليه .

---

1 –See Frank jofkin .planned public relations p.15 and see bolly rice public relations for public fibraries p. 2.

وهكذا تعمل الدعاية على تكوين الأخبار وإخفاء بعض الحقائق أو تغيير بعضها الآخر . وبوصفها هذا فهى وسيلة متميزة لاتمد الجمهور سوى بالمعلومات التى تتفق ووجهة نظر المسئولين عنها بأى ثمن وبأى وسيلة ، بينما تهدف العلاقات العامة عن طريق الأخبار الصادقة والتعليم والممارسة وإقناع الجمهور وتحقيق تعاونه معها على أساس الثقة والتفاهم المثمر[1] .

مشكلات العلاقات العامة :

تجابه المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية فى وقتنا الحاضر، وفى العالم أجمع مشكلات كثيرة ومختلفة. وكثيرا ما تجد المؤسسات نفسها فى الوقت الحاضر فى موقف يتطلب نصيحة المستشار الخارجى للعلاقات العامة ومن أمثلة تلك المواقف:

1- الرغبة فى الانتاج فى مؤسسة أخرى ذات إنتاج مماثل لتوحيد الجهود لمواجهة منافسة شديدة .

2- مؤسسة صناعية تجابه متاعب قد تكون نتيجتها تدخل من جانب الحكومة أو صدور تشريع لعلاج الموقف .

3- مؤسسة ترغب فى تغيير إسمها لإعتبارات جوهرية .

4- مؤسسة صناعية تواجه تهديدا من العاملين فيها بالإضراب إذا لم تجب مطالبهم هذه المطالب التى غالبا تدور حول الأجور أو الأجازات أو بعض المميزات العينية .

5- مؤسسة صناعية هجرها خيرة الفنيين أو الباحثين ترغب فى اجتذاب سواهم

6- مؤسسة صناعية تصبح موضوع تحقيق لجنة برلمانية .

7- مؤسسة صناعية تتعرض لهجوم من بعض الساسة أو قادة ، الرأى العام ، او تتعرض لحملات صحفية بسبب طبيعة الصناعة ذاتها (تلويث الهواء أو الماء أو الأصوات المزعجة) .

1- د. عادل حسن . المرجع السابق ص 151

8- مؤسسة صناعية تجابة بعض مشكلات الضرائبية .

9- مؤسسة صناعية يصبح بعض إنتاجها موضوع النقد أو الشكوى من جانب المستهلكين او الهيئات .

مثل هذه المشكلات أو غيرها غالبا ماتتطلب من الإدارة أن تقرر أحد امرين : إما أن ترى أن إدارة العلاقات العامة بها قادرة على علاج الموقف .

وإما أن ترى ضرورة الإلتجاء إلى مستشار خارجى للعلاقات العامة[1]

1- د. حسين محمد على . المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة . ص ص 297- 298

الفصل الثالث
تاريخ العلاقات العامة

ليس هناك اتفاق بين العلماء على تحديد تاريخ العلاقات العامة .إلا أنهم اتفقوا على أن مصطلح العلاقات العامة لم يصاغ ، وتدرس دراسة علمية منظمة إلا فى القرن العشرين فى أمريكا ، وعلى يد ادوارد بيرنيز Edward L. Bernays. ومما لاشك فيه أن العلاقات العامة قديمة قدم الإنسان ، وتطورت بتطور الحضارات والمدنيات. ومن ثم لا يمكن القول أنها ترتبط بتاريخ ظهور الصحافة أو وسائل الطباعة، فالإنسان بطبيعته كائن اجتماعى ، لا يمكن أن يعيش بمعزل عن الآخرين ، ومن ثم نشأت علاقات بين أفراد المجتمع نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض فى أوجه الحياة اليومية ، وظهر رجال ونساء مارسوا أعمال العلاقات العامة [1].

ولكن الجديد فى الموضوع هو :

1- ظهور المنشآت الكبيرة بما لها من مصالح وتعقد هيكل الصناعة ، وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بجماهيرها .

2- ظهور شبكة واسعة ومعقدة من وسائل الإعلام لم تكن معروفة من قبل .

3- ازدياد قوة الرأى العام وبروز الحاجة إلى التأييد الجماهيرى .

4- اشتداد الطلب على حقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة .

العلاقات العامة فى العصور القديمة :

أول هذه العلاقات التى كونها الإنسان كانت مع أسرته التى ولد فيها ، ثم اتسعت هذه الوحدة الإجتماعية حتى صارت عشيرة تتكون من عدد من الأسر ينتسب افرادها

---

1 -See charles S. Steinbreg, the Creation of Consent. Public Relation to practice p .12. And See Herbert & Lloyd, op.cit p.1. And See Allen H. Center, public Relation to Action, p .57.

إلى أصل واحد . وكان شيوخ العشائر ورجال الدين يقومون فى بادئ الأمر بدور الحكم بين العشائر ، ويتولون وجهة نظرهم ، ويحاولون إقناع الطرف الآخر بحقوقهم .

ولقد كانت القبائل فى المجتمعات البدائية تحاول دائما أن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك ، وهتم بإقامة علاقات بينها وبين القبائل الأخرى درءاً للحروب والتقاتل والالتجاء إلى القوة ، وأن تقوم الاتصالات الودية لإقامة الصلح الذى كان يتم تارة باتفاق الطرفين مباشرة ، أو عن طريق الاحتكام إلى طرف ثالث يرجع عليه الخصمان للفصل بينهما ، ونشأت بذلك فكرة التحكيم .

وكان رئيس القبيلة يتولى عمليت الإعلام بين أعضاء قبيلته ، فيدعو إلى الخروج لعمليات الصيد والقنص والدفاع والقتال ، أو حفلات الزواج ، وحفلات تكريس المراهقين . ويحرص رئيس القبيلة فى كافة المناسبات على تدعيم العلاقات الداخلية بين أعضاء القبيلة . ويفصل فى منازعاهم ، حتى يسود السلام بين قبيلته والقبائل المجاورة .

وقد يستعين رئيس القبيلة برجل قوى الحجة أو إلى السحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنشاء وتوقيع ورقص وقرع الطبول وغير ذلك . فقد كان الشاعر يقوم بدور الإعلام بمفاخر القبيلة وآثارها وأحداثها ، ويقوم بعمليات الإعلام والشرح والتفسير.

وهكذا يمكن القول أن وظيفة العلاقات العامة قد وجدت منذ وجد الإنسان ، وأنها بدت فى نشاط رؤساء القبائل أولا ، ثم استندت إلى شخص متخصص يجيد فنون التعبير والتأثير والإقناع ، ومع ذلك فإن وسائل البدائى مثيرة للإنفعالات والغرائز . أما الخبير الحديث فينبغى أن يتوجه بالتأثير على عقول الناس ، وإن كان للإنصاف للبدائى أن نقول أن بعض خبراء الدعاية ورجال الإعلانات ، من صور عارية ، وأخبار مثيرة ، وهاويل كثيرة ، وقصص جنسية ، وألوان صاخبة ، وعجائب الطبيعة [1]

1- انظر د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص 23 . وانظر د. إبرهيم إمام العلاقات العامة والمجتمع . ص 27 . وانظر د. نبيل صادق وآخرين . العلاقات العامة فى المؤسسات الاجتماعية ص 29 . وانظر د. محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية . ص ص 28 – 29 .

العلاقات العامة فى مصر الفرعونية :

وتميط كثير من الاكتشافات بين آثار قدماء المصريين اللثام عن مدى اهتمام ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالى فى كافة المناسبات . فقد كانت الجهود تبذل للترويج لحكم مصر. ووصف قدماء المصريين الوقائع الحربية وانتصاراتهم الكبرى للجمهور . كما سجلوا ووصفوا البعثات التجارية ، والمشروعات الكبرى التى تتولاها الحكومة كحفر الترع، وإقامة الجسور التى تحمى القرى من الفيضان ، وتعبيد الطرق. وغير ذلك من الأعمال. وبذل المصريون القدامى مجهودات لإعلام الشعب بقوانين الدولة أو لاكتساب تأييد الرأى العام للملوك والكهنة والحكام مستخدمين فى ذلك المحاضرات والخطب . وكذلك بينوا المواقف الدينية والخلقية التى تثير إعجاب الناس . وقام الكهنة باعلام الأحكام الإلهية للناس ، كما نقلو للملك المظالم التى يتعرض لها الشعب .

وقد اتقن الفراعنة سياسة اختيار الوقت المناسب للقيام بالإتصال بالجماهير ، إذ اتخذوا المواسم والأعياد فرصة لنشر الأنباء والتعليمات . فقد كانت مواسم الرى من خير المناسبات لنشر الأنباء والتعليمات الشفوية على الناس . ولا شك أن أعمال الزراع فى هذا الموسم كانت تمكن من نقل الأخبار عبر النيل كله . وكان الأفراد بمثابة أعمدة التليفون أو التلغراف الحديثة ، إذ ترى الأخبار خلال رؤوسهم جميعا ، إلى أن تصل من أقصى البلاد إلى أقصاها . وقد نجحت هذه الجهود البدائية فى تعبئة المشاعر وخلق طبقة من الموالين والأنصار [1].

وإستخدمت مصر الفرعونية أوراق البردى فى النشرات التى كان يصدرها فرعون وأمراؤه لمحاربة اشياء ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى . كما كانوا يستخدمون واجهات المعابد وجوانبها لنقش التعاليم الدينية ، كما كانوا يصورون عليها بعض الأحداث البارزة التى تشير إلى جوانب سياسية أو إقتصادية أو دينية ، كما حدث عندما اعتلى الملك مينا العرش ثم توحيد الوجهين القبلى والبحرى حيث أعلنت

1- د. محمد محمود الجوهرى . العلاقات العامة فى المؤتمرات الدولية . ص 116 .

هذه المناسبة فى لوحة تذكارية تبين ذلك ، واستخدموا فى ذلك الرموز التى تشير إلى توحيد الوجهين بان وضعوا تحت العرش نبات الردى المجلوب من الجنوب مع زهر الزنبق المجلوب من الشمال .

وكما حدث عندما قام أخناتون بنشر دعوته إلى دينه الجديد واتخذ من عبادة آتون (قرص الشمس) ، والتى حلت محل ديانة آمون ، محورا لديانته ، واختيار وسيلة للإعلام تعبر عن جوهر الدين الجديد بأن صور قرص الشمس تخرج منه الأشعة ، وينتهى كل شعاع بكيف تمنح البركة ، وتفشت تعاليم دينه الجديد على واجهات المعابد وحوائطها وأقيمت المسلات ، وذاع صيت الدين الجديد بفضل مجهودات الكهنة فى الشرح والتفسير والتبشير[1].

العلاقات العامة فى بابل وآشور (العراق القديمة) :

اهتم ملوك وحكام بابل وآشور بالتأثير فى عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداهم واتجاهاهم فى أوقات الأحداث والانقلابات السياسية والعسكرية ولإقتصادية، والثورات، عندما يتطلب الأمر مزيد من التفسير والشرح، لتكيف الأذهان مع الإتجاهات الجديدة. وكان لملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية ، كما توجه عن طريقها التعليمات . فقد كان الملك حمورابى يدعو عماله وموظفيه فى الأقاليم للحضور إلى بابل فى الأعياد والمناسبات وخاصة عيد جز القمح . ففى هذا الوقت يستطيع أن يدفع أوامره وتعليماته .

ولا شك أن هذا الاختيار فيه دليل على احكام خطة التوقيت ، أى اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية ، وذلك عن أسس فن العلاقات العامة الحديثة . واستخدام الأشوريون اللوحات الطينية المصورة ، والتى تروى حوادث انتصاراهم وما فعلته جيوشهم فى التنكيل بالأعداء ، ويعرضونها فى قصوهم وشوارعهم الكبرى . ولا شك

1- انظر د. إبراهيم إمام العلاقات العامة والإعلام ص ص 24 – 26 ونظر د. محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية ص 30.

أنها كانت تعمل عمل الملصقات واللا فتات والتماثيل إلى يومنا هذا . ووجد فى العراق إعلانات يرجع تاريخها إلى 1800 ق. م، ترشد المزارعين عن وسائل زيادة إنتاجهم ، والتخلص من الآفات الضارة بمزروعاتهم . وهذا الإجراء يشبه فى فكرته ماتقوم به وزارة الزراعة فى الوقت الحاضر .

العلاقات العامة عند اليونان القدامى :

توضح تسجيلات اليونان القدامى اهتمامهم الكبير لنفوذ الرأى العام . وكانت أعمال العلاقات العامة جزءا متكاملا من أعمال الحكومة ، وأكثر اتصالا بالجماهير من العلاقات العامة فى الحضارات الشرقية القديمة فى مصر وبابل وآشور وفارس ، كانت الأضواء تسلط على أعمال الملوك والأفراد والكهنة والحكام . كما كانت الدعاية توجه إلى الطبقات الأرسقراطية ، أما عند اليونانى فقد بدأت الأضواء تسلط على بعض القادة وأعضاء مجالس الشيوخ والشعراء ، والفنانين وغيرهم .

وقد عرف اليونان أهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير فى الجماهير ، فكان يجمع فى ركابه طائفة الخطباء والشعراء والمفكرين. وكان اليونانيون يسمحون للشعب بأن يوضح آراءه وأفكاره للمسئولين، وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم.

العلاقات العامة عند الرومان :

إعتمدت الحضارة الرومانية القديمة والقائمة على المدن المشيدة كل الاعتماد على كسب ثقة الناس وتأييدهم بنفس الطريقة التى اتبعها اليونان فى مناقشاتهم ومحاوراتهم المشهورة . وعرف الرومان الشئ الكثير عن إرادة العامة وإرادة الجماعة ، واهتموا اهتماما بالغا بالرأى العام ، ويتجلى ذلك فى عباراتهم المشهورة " أن صوت الشعب من صوت الله The Voice of People is The Voice of God " ،" وإرادة الشعب هى إرادة الله " ولعل أبلغ أمثلة على الإعتراف بقوة الرأى العام فى عهدهم ما طبع على الحوائط ، فقد نقشى على واجهة مجلس الشيوخ العبارة التالية " مجلس الشيوخ والشعب الرومانى The Sensate and The Roman People " .

وكانت عظمة العصر الأوغسطى بادية فى كتابات الشعراء والأدباء ، وفى توجيهاتهم وتعليماتهم ونصائحهم للشعب . وإذا أمعنا النظر فى قصائد الشاعر الرومانى فرجيل Vergil المسماه بالريفيات Georgies لوجدنا أنها ضرب من نشرات العلاقات العامة ذات الأسلوب الأدبى الرفيع . فقد حاول هذا الشاعر فى قصائنده أن يقنع الناس بضرورة الاهتمام بالريف والعمل فى المزارع لإنتاج المحاصيل اللازمة لأهل المدن التى أخذت تتكاثر فى هذا العصر ، ومثل هذه النشرة يمكن أن تصدر من أى وزارة كالزراعة أو الشئون الإجتماعية فى الدولة الحديثة .

واستغل يوليوس قيصر " الوقائع اليومية Acta Diurna " التى بدأت فى الظهور سنة 59 ق. م. لتسجيل نشاط مجلس الشيوخ ، وعرض أعمال أعضائه وأقوالهم على الجمهور .

واستغل الإمبراطور أوغسطين صحيفة الوقائع اليومية التى كانت تكبر الزوج الذى يعول أسرة كبيرة ، وتثنى على الأسر المترابطة ، وتسخر من الانتحار وتزدرى روح الهزيمة، وبذلك ترفع من الروح المعنوية بين أفراد الشعب، وهذه أهم وظائف العلاقات العامة. ومن الجدير بالذكر أن الصحافة الألمانية على عهد هتلر ، والصحافة الإيطالية على عهد موسولينى ، كانتا تقومان بنفس الدور الذى قامت به " الوقائع اليومية ".[1]

العلاقات العامة فى العصور الوسطى :

كانت المجتمعات الأوروبية فى العصور الوسطى تعانى من ظلم الملوك، وجور الكنيسة ، وطغيان رجال الدين ، أما العلاقات بين الملوك والأجراء فكانت تقوم على النظام الإقطاعى البغيض فى أبشع صوره ، فقد كان الفلاحون كالعبيد ، يساقون كالأغنام ، ويباعون ويشترون كجزء من الأرض التى يفلحونها.

أما الكنيسة فكانت تصادر حرية الفكر ، وتضطهد كل مجدد تسول له نفسه البحث أو الدراسة . وهكذا رانت ظلمات الجهل والعسف والإضطهاد . وكان البابا

1- د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص ص 28 – 29 .

يصدر من وقت لآخر قوائم متصلة بالكتب التى ينبغى على المسيحى ان يقرأها دون غيرها، وقوائم الكتب التى تعرض القارئ للكفر . وحددت الكنيسة عقوبة من تثبت عليه تهمة قراءة الكتب الممنوعة ، فكانت الحرمان، وتلك عقوبة قاسية تجعل صاحبها موضع احتقار الجميع إذ أنه يعتبر عدوا للجماعة المسيحية ، ويحظر دفنه فى مقابرهم بعد موته [1] ومنذ الثورة البروتستانتية – عمات هذه الكنيسة الجديدة على تخريج متخصصين فى الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك ، ومن هنا أخذ الإهتمام يتجه نحو العلاقات العامة ويتسع وأمكن استخدامها فى المجالات الدينية بجانب الحالات الاقتصادية والسياسية وذلك عن طريق الكتاب والمؤلفين وغيرهم ممن ساهموا فى النشر والإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم وتعضيدهم . ثم حذت الكنيسة الكاثوليكية حذوها لكسب تأييد الجماهير التى تأخذ بالمذهب الكاثوليكى [2].

وظهرت النقابات الحرفية فى العصور الوسطى ، وقامت تلك النقابات بممارسة العلاقات العامة ، فأثرت فى الرأى العام ، ونظمت العلاقات العامة بين العمال والصناع من جهة ، والجمهور العام أو الأهالى من جهة أخرى . وما لبثت طوائف العمال الصناعية والتجارية أن أصبحت احتكارا بغيضا تستغل العمال بدلا من حمايتهم ، وتغش المستهلكين بدلا من رعاية مصالحهم ، وهكذا يمكن القول بأن العلاقات العامة فى مجتمعات العصور الوسطى الأوروبية ، كانت تعانى من التدهور والفساد ، وتتردى فى ظلمات التعصب والجهل .

العلاقات العامة فى الحضارة الإسلامية :

استطاعت الحضارة الإسلامية أن تطور مفهوم العلاقات العامة بفضل اعتمادها على البرهان والإقناع والحجة فى نشر الدعوة الإسلامية ، وكذلك حرصها على الشورى فى الحكم والإنسانية فى معاملة الناس ، وعرف المسلمون وسائل الإعلام ،

1– د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام ص ص 32 –33 .

2– د. محمد بهجت كشك ، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية ص 34 .

وطرق التأثير فى النفوس، وكانت تلاوة القرآن الكريم ، ماتزال أسمى الطرق لرفع الروح المعنوية بين الناس فى أيام السلم والحرب على السواء . وكان المقرؤن يقومون بتلاوة القرآن الكريم فى المساجد والمنازل والحوانيت. وفى أثناء الاحتفالات ، فإذا أغار على البلاد مغير، كانت آيات القرآن الكريم محمسة للشعب مشجعة له على الصمود فى وجه الأعداء . ومعلنة أن الجنة للشهداء فى الدفاع والكفاح .

وقد لعب الشعراء دورا هاما فى التوجيه والإرشاد ، والتأثير فى النفوس . وكانت القصائد الشعرية تحث على الجهاد والانفاق فى سبيل الله ، أو تعلن تأييدها لأحد المذاهب أو الفرق الإسلامية فى تلك العهود كالخوارج والشيعة والحزمية وأهل السنة، وتدعو الناس إلى اقتداء مذهب من تلك المذاهب التى يؤيدها الشاعر.

وقد لعبت الخطب الدينية دورا خطيرا فى العلاقات العامة فى العصور الإسلامية، فقد كان الخطباء يقومون إلى جانب الإرشاد الدينى ، بالتوجيه الإجتماعى والسياسى. ولاشك أن ترديد المسلمين الدعاء للخليفة له مغزى التأييد المتواصل ، والتعبير عن الثقة كل جمعة . فالمساجد برلمانات محلية تتجدد فيها الثقة بالحكم كل أسبوع .

وثمة حقيقة أخرى اكتشفها المسلمون فى مجال العلاقات العامة منذ زمن بعيد . فقد كان أحمد بن طولون يؤمن بضرورة إختيار أعوانه ومستشاريه من البلاد التى يحل بها ، فهم يستطيعون التأثير فيهم بطريقة لا تتأتى لغيرهم . وهذا مايفعله اليوم خبراء العلاقات العامة ومديروا الإذاعات ودور النشر، عندما يوظفون صحفيين ومذيعين من أهل البلاد التى يوجهون إليها الدعاية والإعلام . وحتى تنزل العلاقات العامة أثر فى نفوس الناس وكسب الرأى العام ، فقد كانوا يتخيرون الوقت المناسب ، مثل الموالد والاحتفالات والأعياد والمواسم . وكان الخليفة يركب جوادا ويسير فى المواكب أيام السبت والثلاثاء والجمعة ، وفى شهر رمضان ، ويومى عيد الفطر والأضحى ، ويقيم الأسمطة ، ويوزع الإنعامات فى المناسبات الدينية ، وهذه الأعمال جميعا تدخل فى صميم العلاقات العامة . ولا تزال الشركات والمؤسسات والهيئات

الحكومية والأهلية تعنى بها عناية فائقة ، فتشترك فى المعارض العامة ، وتحتفل بالأعياد والمواسم الدينية والقومية .

وما من شك لى أن الأزهر الشريف من أعظم الآثار التى تخلد عبقرية الفاطميين فى العلاقات العامة . فقد أنشئ هذا المسجد فى بادئ الأمر لإنشاء علاقات واتصالات طيبة بسائر المسلمين ، والدعوة للشيعة والخليفة . واستطاع الخليفة العزيز الفاطمى أن يحول هذا المسجد إلى جامعة للشيعة ، تدرس فيها العلوم المختلفة ، ويروج فى ثنايا ذلك المذهب الشيعى. وهذا الخليفة يجرى الأرزاق على طلاب العلم الذين وفدوا من جميع نواحى العالم الإسلامى من مراكش وتونس وجاوه وأفريقيا والصين وغيرها[1]

العلاقات العامة فى العصور الحديثة :

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطا مستقلا مع بداية الثورة الصناعية ، وما صاحبها من توسع ضخم فى العمل والتجارة . ففى القرن الثامن عشر ظهر فى إنجلترا جوناثان سويفت **Jonathan Swift** ودانيال ديفوى **Daniel Defee** واستخدما طرقا تماثل تلك التى تستخدمها العلاقات العامة فى أيامنا هذه فى نشر أفكارهم . وينطبق نفس الحال على أعمال هكسلى **Huxley** بنشره للأفكار الثورية النظرية الدارونية . أما كتابات تشارلس ديكنز **Charlės Dickens** فقد عرض فيها للشرور الإجتماعية التى ظهرت فى عصره .

ولم تعرف العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلا فى أواخر القرن التاسع عشر ، وأوائل القرن العشرين . فقد نتج عن التقدم الصناعى فى المجتمعات الغربية ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة التى تعتمد على الإنتاج الوفير ، وإستخدام ألوف من العمال ، وكان أصحاب الشركات والاحتكارات ينظرون إلى العمال على أنهم آلات أو أجزاء من الآلات التى تعمل للإنتاج دون توقف . أما المستهلكون فلم ينظر إليهم المحتكرون إلا على أنهم مرتع للعيش الثمين أو فرائس وضحايا للإستغلال وامتصاص

1- د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص ص 30- 32

الأرباح . ولا يمنع الأمر بطبيعة الحال من استغلال هؤلاء الضحايا أو غشهم ، كبيع اللحوم الفاسدة ، أو رشوة قادة الجيش والزعماء وغيرهم فى سبيل تموين الجيش بمواد فاسدة .

ومن ناحية فقد تضاعف أعداد الجماهير التى تتعامل مع هذه المؤسسات ، وانتشرت هذه الجماهير فى مساحات شاسعة من البلاد الأمر الذى شكل صعوبة أمام أصحاب الأعمال فى الاتصال بهذه الجماهير العديدة، خاصة وأن هناك تعارض بين مصالح اصحاب الأعمال ومصالح هذه الجماهير، وخاصة جماهير العاملين فى هذه المؤسسات. وقد دفع ذلك أصحاب الأعمال إلى البحث عن أسلوب لكسب ثقة الجماهير والحصول على رضاها ، وتاييدها . ومن ثم استخدمت أخصائيين للقيام بهذه المهمة، وأستخدمت فى ذلك وسائل الاتصال والإعلام المختلفة التى طرأ عليها تغيرات ضخمة ، مما سهل عملية الاتصال بكافة الحماهير فى كافة ارجاء العالم فى وقت قصير، ولم تكن هذه الوسائل متاحة من قبل .

وحتى الهيئات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والمؤسسات الصحية ، فقد اشتدت حماسها فى الاستعانة بفن العلاقات العامة ، سواء لجمع التبرعات أو إعلام الرأى العام وتنويره والمشاركة فى حل المشكلات .

وامتدت هذه الحماسة حتى شملت الهيئات الدينية نفسها ، فنجد أن رجال الدين يعلنون فى أمريكا سنة 1918 أن تنظيم النشاط الإنسانى يحتاج دائما إلى المزيد من النشر والإعلام. وقد استعانت العلاقات العامة بالعلوم الاجتماعية والنفسية فى دراسة الجماهير التى تتعامل معها المؤسسات المختلفة . وخصائص هذه الجماهير ، وكيفية قياس الرأى العام حتى يمكن أن تستخدم الوسائل التى تتناسب مع خصائص هذه الجماهير.

فبإندلاع الحرب العالمية الأولى ظهر أن الجمهور فى واد والحكومة فى واد آخر . ويصدق ذلك على جميع الحكومات فى البلاد التى تعرضت للحرب. وظهر من الضرورى العمل على إزالة أى عنصر من عناصر سوء التكيف ، ولجذب إهتمامات

الجمهور ، ومشاركته فى المجهود الحربى . وقد تميزت هذه المرحلة بظهور التدخل الحكومى ونشاط الحكومات فى مجال العلاقات العامة . كما ظهرت الأساليب التى تقوم على تطبيق المنهج العلمى فى استخدام أساليب قياس اتجاهات الرأى العام ، وطرق جمع الحقائق ثم تحليلها للعمل الذى يعتمد بصورة اساسية على المعلومات الدقيقة للموقف.

وخلال الأزمة الاقتصادية التى حلت بالعالم سنة 1935 انتهى الخبراء إلى أن المبادئ الأصيلة للعلاقات العامة هى الصراحة والأمانة والاعتراف بالمسئولية الاجتماعية. واستقرار الرأى على ضرورة العناية بجماهير المؤسسات الداخلية كالعمال والمستخدمين ، والخارجية كالمستهلكين والمتعهدين وغيرهم [1].

وفى خلال الحرب العالمية الثانية تطور فن العلاقات العامة تطورا كبيرا بفضل الفرص الكثيرة، والميزانيات الضخمة التى رصدها الدول التجارية لكسب تأييد الشعوب. وأدت مكاتب العلاقات العامة أثناء الحرب العالمية الثانية خدمات داخل البلاد لاتقل عما قدمته الجيوش فى ميادين القتال ، حيث قامت بمهمة مقابلة الرأى العام بالتوضيح والتفهيم والإثارة للإتصاف بالشجاعة والتحمل والصبر والإصرار . لقد كانت الجبهة الداخلية فى منتهى الخطورة ، إذ ثبت أن انهيار الجبهة الداخلية فى بعض دول أوربا أنهى عملية القتال . وكان إشعار بالتسليم والهزيمة ، مما حمل الحكومة إلى الاستعانة بخبرات فنية واستشارية وعملية فى حقل العلاقات العامة لرفع الروح المعنوية فى الشعب وإثارة تحمسه وتزويده بأهم صفات التحمل والصبر والعناء حتى لاتنهار الجبهة الداخلية ، وحاربت نشاط الأعداء فى سبيل تحطيم الروح المعنوية أو محاولة إثارة التذمر من تزايد الأعباء المالية ، وقلة المواد الغذائية ، وعدم رفع الأجور لمقابلة ارتفاع الأسعار [2].

1- د. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام . ص 51 .

2- د. خليل الغلاييني : مبادئ الإدارة العامة . ص 132 .

وكان الاعلام الموجه إلى الملايين اضخم تجربة شهدها فن العلاقات العامة خلال هذه الحرب ، هذا وما كانت الدول الحديثة تستطيع إجراء ذلك لولا التقدم العظيم فى فنون الإعلام . والطباعة ، والإخراج ، ودراسات الألوان ، وطرق التأثير الإذاعية والسينمائية. وهذه هى الدول الأوربية وأمريكا تتسابق فى التودد إلى الشعوب المختلفة، تخطب ودها ، وتطلب تأييدها، عن طريق الصحافة والإذاعة والسنيما والملصقات وغيرها .

وهكذا فإنه لولا تلك التجارب الضخمة التى أتاحتها ظروف الحرب لما قدر لفن العلاقات العامة أن يبلغ ما بلغه من نضج واستواء . فما من مؤسسة إقتصادية أو جمعية خيرية أو مرفق حيوى ، أو جامعة من الجامعات إلا وتعترف اليوم بأهمية العلاقات العامة ، مثل اهتمام الهيئات الحكومية بها سواء بسواء ، وقد ثبت نهائيا أن العلاقات العامة دعامة ضرورية فى إدارة المؤسسات وتنظيمها فهى لاتقل بحال عن عمليات الإنتاج والتوزيع والتمويل .

وهكذا إذا كان العقد الأول من القرن العشرين قد تميز بمحاولات زيادة الانتاج والتوسع فى المصانع والمؤسسات ، كما امتازت فترة مابين الحربين بالنشاط الكبير فى مجالات البيع والتسويق ، فإن أهم ما يميز الفترة الأخيرة منذ الحرب العالية الثانية ، هو العناية الفائقة بالعلاقات العامة ، وأهميتها فى الميادين الاقتصادية والاجتماعية والتربوية وغيرها [1].

وكانت الولايات المتحدة المريكية سباقة فى مجال العلاقات العامة ، سواء بالنسبة إلى عدد المتخصصين فى هذا المجال أو نوع العمل الذى يؤدى . فمع الزيادة الضخمة فى عدد السكان ظهرت الحاجة إلى تنمية وسائل الاتصال خاصة بالنسبة لرجال الصناعة ، وانتشرت الدعاية والإعلام . واستخدمت الشركات الكبرى متخصصين برعوا فى إنتاج الإعلانات ، وفن الاتصال بالجماهير .

1- د. إبرهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص ص 51- 52 .

ويعتبر كندال A. Kendale من أوائل العاملين فى هذا الميدان . فبحكم منصبه كمستشار رئيس الجمهورية امكنه إصدار صحيفة باسم The Goloba لعرض وجهة نظر الحكومة فى المسائل العامة على الجمهور ، ولإعلام الشعب بنشاط الحكومة فى الميادين المختلفة .

وفى بداية القرن العشرين ظهر شاب أمريكى هو Ivy Loe وكان أحد رواد العلاقات العامة . فهو واضع أسسها ودعائمها . وبدأ حياته كمندوب صحفى فى مجلة العالم The World، ثم عين فى وظيفة بمكتب الصحافة الخاص بلجنة الديموقراطية الأهلية Dam cratie National Committee فى عام 1904 . ولاحظ " لى " أن الشركات المساهمة ، والأعمال التجارية والصناعية كانت تميل إلى الانطواء والعزلة فى ذلك الوقت ، فلم يبذل أصحابها أو مديروها أى مجهود يذكر لنشر سياساتهم وإعلام الجمهور بأغراضها ، مما ترتب عليه فشل الكثير منها . وقد استطاع " لى " أن يقيل رجال الأعمال من عثرتهم وينقذهم من غضب الجماهير لا على أساس مصطنع خادع ، أو دعاية كاذبة . أو كتابة مقالات ممتعة ، أو خطب طويلة ، وإنما أساليب تتفق مع المبادئ الأخلاقية ، والصالح العام . وتعتمد على الصدق والأمانة ، ووضع برنامج شامل للأخبار، وأكد "لى" أن نجاح هذه المؤسسات يتوقف إلى حد كبير على درجة ثقة الجمهور فيها وتأييده لها.

ونادى "لى" بضرورة معاملة المستخدمين والعمال معاملة إنسانية ومنحهم الأجور المجزية ، وبذلك تتحقق للمؤسسة جانب هام من جوانب علاقاتها الداخلية مع العاملين بها. وكذلك ينبغى أن تعمل على رعاية مصالح الجماهير الخارجية. وأتى "لى" بشئ جديد إلى عالم التجارة والصناعة ألا وهو الإعلام والنشر . ويقول فى ذلك: إن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة تتلخص فى نقل اتجاهات الرأى العام بصراحة وأمانة دون لف ودوران ، وليس الإعلان عنها كما يتخيل البعض . وأوضح كذلك أن قيام المؤسسة بدراسة الرأى العام ، واستطلاع إتجاهات الجماهير نحوها يمكنها من رسم سياستها على أساس سليم ، وتعديل هذ السياسة لما يستجد من تغيرات فى

الإتجاهات والآراء ، وبما يتفق مع الصالح العام ، وترفيه المجتمع . وبتحقق هذا الجانب الخارجى تكون المؤسسة قد نجحت فى تدعيم علاقاتها مع جماهيرها الداخلية والخارجية.

وكتب أدوارد بيرنيز Edward Bernays كتابا عن استخدام العلاقات العامة للتأثير على الرأى العام بعنوان " بلورة الرأى العام Crystallization Public opinion " واشار فيه إلى وجود ثلاث وظائف رئيسية للعلاقات العامة هى :

1- مساعدة الجمهور على التكيف Adjustment ، والتكيف هنا يعنى التقبل عن طريق الإقناع بالنصح والمشورة الموجه إليه .

2- الإعلام Information ، وتعتبر فكرة الإعلام هى المميز الاصلى للعلاقات العامة بصورتها العلمية ، إذ يستلزم ذلك تحليل الرأى العام .

3- الوظيفة التالية هى المتابعة Persuation ، أى جذب إهتمامات الجمهور والعمل على حفظ مستوى هذه الاهتمامات ، بمعنى أنه إذا ظهرت سلع أو خدمات بديلة . فإنها لاتؤثر فى تقليل وجه الاهتمام التى كانت توجه إليه السلعة او الخدمة القديمة .

وفى وقتنا الحالى لا يقل عدد الكليات والمعاهد التى تدرس العلاقات العامة فى أمريكا عن المائة والخمسين وكانت جامعة بوسطن فى مقدمة الجامعات التى أنشأت معهدا خاصا لدراسة العلاقات العامة فى سبتمبر 1947 . وفى نفس العام منحت جامعة سيراكيوز الأمريكية أول درجة علمية فى العلاقات العامة ، هى درجة الماجستير . وفى سنة 1948 منحت جامعة بوسطن درجة الدكتوراه لثلاثة من الخبراء فى العلاقات العامة الحديثة .

وبدأت العلاقات العامة فى المملكة المتحدة فى الإزدهار بإنشاء معهد للعلاقات العامة البريطانى عام 1948 ، وفى عام 1970 ظهر اتحاد العلاقات العامة الإيطالى ، وهو يتكون من أربعمائة عضو ، وعمل هذ الإتحاد على تقدم المهنة . وفى عام 1972

أنشأت جامعة ميلانو درجة علمية للعلاقات العامة مدة دراستها ثلاث سنوت ، وتوجد فى إيطاليا حاليا ما يقرب من ثلاثين توكيلا للعلاقات العامة ، وعشرة مكاتب استشارية . وثلاثمائة مدير للعلاقات العامة ، وفى استراليا بدأ نشاط العلاقات العامة عام 1950 ، وفى بلجيكا انشئ اول مركز للعلاقات العامة عام 1952 .

وفى عام 1955 أنشئت جمعية العلاقات العامة الدولية International Public Relations Association ، وقامت بتنظيم عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة، وتقييم مستوى الممارسة ومشاكلها، وذلك بقصد تحسين وتطوير أداء الوظيفة

وفى جمهورية مصر العربية ، ومنذ القرن الحالى ظهرت فى مصر احزاب سياسية مثل الحزب الوطنى بزعامة مصطفى كامل فى سنة 1906 ، وحزب الأمة بزعامة أحمد لطفى السيد، وحزب الرأى بزعامة الشيخ على يوسف، واهتمت هذه الأحزاب بإصدار الصحف لها لنشر أخبارها وإعلام الجمهور بالأمور المختلفة التى تمر بها البلاد.

وفى خلال الحرب العالمية الثانية تنبه المصريون إلى أهمية استخدام الوسائل الإعلامية التى يستخدمها العالم ، كما أهتمت بها المؤسسات الاقتصادية الأجنبية التى كانت تعمل فى مصر. وقد اتسمت هذه الفترة برواج الصحافة وظهور مجلات مثل المصور وروزاليوسف لشرح الجوانب السياسية والعسكرية للشعب. كما أنشأت بعض الوزارت مكاتب لمناقشة الأخبار التى تنشرها الصحف والرد عليها. وكانت هذه المكاتب أول شكل من أشكال العلاقات العامة التى أنشأتها الحكومة، ثم تطورت هذه المكاتب الصحفية الملحقة بالوزارات إلى أن أصبحت إدارات هامة للعلاقات العامة ، وذلك بحكم الأنظمة الجديدة .

وفى نوفمبر 1952 انشئت وزارة الارشاد القومى التى شملت الإذاعة ، والفنون الجميلة ، والسياحة ، ثم أنشئت مصلحة الإستعلامات كمصلحة تابعة للوزارة . وفى يناير 1953 قرر مجلس الوزراء إنشاء مكاتب الشئون العامة فى الوزارات والمصالح

تباشر االعلاقات العامة . وكان أول الوزارات التى اهتمت بهذا النشاط الصحة . والتربية والتعليم ، والداخلية ، والتجارة ، وفى عام 1955 انشئ داخل مصلحة الاستعلامات قسم الرأى العام والإعلام بقصد برامج إعلامية ناجحة ، وكذلك تدريب العاملين فى هذا المجال فى الجهاز الحكومى . ثم بدأ تدريس العلاقات العامة فى كلية التجارة بجامعة القاهرة ، ولكن من الجانب الاقتصادى ، وتطبيقاته فى إدارة الأعمال. أما تدريس العلاقات العامة من النواحى الإجتماعية والسياسية والاقتصادية كقوة حضارية جديدة تؤثر فى الرأى العام ، وفى المنظمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، فبدأ لأول مرة فى فبراير عام 1958 بقسم الصحافة بجامعة القاهرة .

قد عقد أول مؤتمر للعلاقات العامة فى مصر عام 1962، وذلك لوضع تعريف واضح لها وتحديد أهدافها وشرح الغرض منها ، وتحديد وظائفها للقائمين بنشاط العلاقات العامة [1] .

1- د. محمد عبد الله عبد الرحيم . المرجع السابق . ص ص 24 – 25 .

الفصل الرابع
عملية العلاقات العامة

تمهيد :

العلاقات العامة ليست نشاطا عشوائيا ، وليست نشاطا وقتيا يبدأ فقط حين تقع المؤسسة فى ازمة مع جمهور نوعي من جماهيرها ، وينتهي بانتهاء هذه الأزمة . ذلك لأن أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر.

إن العلاقات العامة تتفاعل مع الإنسان ، وآراء الإنسان ومواقفه واتجاهاته وليس من السهل تفسيرها أو تعديلها بين يوم وليلة ، ولعل ذلك سببا جوهريا لضرورة برامج العلاقات العامة[1].

ولكن ماهو المقصود بالتخطيط ؟

التخطيط اتجاه عالمي ، وأسلوب علمي يتبع فى معظم دول العالم لتحقيق أهدافها ، ولذلك أصبح التخيط ضرورة حتمية للنهوض بتلك المجتمعات .

والتخطيط لا يستهدف فقط تحقيق ما يجب أن يكون ، وإنما يرمي إلى الوصول إلى أقصى ما يمكن أن يكون وبذلك يكون التخطيط أسلوب ومنهج ووسيلة لإحداث تغييرات مقصودة ، ولتحقيق أهداف معينة ؛ وذلك بتعبئة جميع الموارد والطاقات البشرية والمادية والتنظيمية لتحقيق اهداف مرغوب فيها ، ومتفق عليها بأقل تكلفة ممكنة ، بأدنى جهد ، وفى أقصر وقت مستطاع .

والتخطيط وقد أصبح أسلوبا علميا ومنهاجا وفنا، فإنه يتضمن فى حقيقته عمليات تهدف إلى إحداث تغييرات اجتماعية واقتصادية مقصودة . وتتضمن تلك العمليات :

1- الدراسة لتتضح الأهداف المطلوب الوصول إليها ، ويمكن فى ضوئها تحديد الاحتياجات والموارد ومتابعة وتقديم الخطة التى اعتمدت بناء على عمليات التخطيط.

1- د . محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية ص 165 .

2- الرؤية او التعقل وعدم التهور حتى يمكن تقدير أهمية الدراسات التى تجرى والنتائج التى وصلت إليها . واستخدام ذلك بتمعن سواء عند وضع الخطة أو عند تنفيذها وتقويمها .

3- التدبير أى الصبر والمثابرة فى العمل . وبذل الجهد ليمكن الوصول إلى الغايات المطلوبة والنتائج السليمة .

4- الخبرة وهى لا تأتى اعتباطا بل تحتاج إلى تدريب وتعلم نتيجة مواجهة الموارد المختلفة. والتجارب الكثيرة، وهذه الخبرة يجب توافرها سواء كانوا مهنيين أو قيادات شعبية . لأن قرارات هذه اللجان تتوقف إلى حد كبير على خبرة أعضائها وفطنتهم .

5- التفكير أو الفكر وهو نشاط تجرى عملياته فى المخ والجهاز العصبى ، وهو يحتاج إلى ذاكرة وفطنة وذكاء [1].

تخطيط العلاقات العامة :

تسعى المنظمات وإدارات العلاقات العامة إلى وضع خطة ، فالتخطيط أمر ضرورى فى ميدان العلاقات العامة .فكما أن المهندس يمهد لتشييد قنطرة أو بناء عمارة بإعداد لجميع التفصيلات صغيرها وكبيرها قبل أن يقدم على شراء المواد اللازمة ، وإقامة المبانى ، فكذلك ينبغى تخطيط العلاقات العامة بكل عناية ، وبأدق التفصيل وبدون التخطيط فى مجال العلاقات العامة لايمكن القيام بأى نشاط ناجح . فقد ولت الأيام التى كانت فيها العلاقات العامة لاتخرج عن كونها مجرد نشرات تصدر. وأفلام تعرض ، وبرامج تذاع ، وحفلات تقام ، ومؤتمرات تنعقد ، دون رابط بينها ودون خطة توجهها إلى هدف واحد مشترك .

والواقع ان إدارة العلاقات العامة ترسم سلفا خطة للبرنامج بأسره ، وتشمل سنة أو سنتين أو أكثر، ذلك أن أى نشاط سليم للعلاقات العامة إنما يعتمد على التخطيط الناجح لتحقيق فائدته القصوى . والتخطيط فى العلاقات العامة كما هو الحال فى

1- د. أحمد كمال . المرجع السابق ص 158 .

أنواع التخطيط الأخرى يعبئ وينسق ويوجه الموارد والطاقات والقوى البشرية والمادية والمالية والإدارية المتاحة ، حاضرا ومستقبلا ، لتحقيق جميع الأهداف المتفق عليها بحيث تكون هذه الأهداف مترابطة ومحددة ومرسومة فى إطار واحد تتم فى فترات زمنية مقدرة ، وعلى أن يكون ذلك فى أقصر وقت ممكن ، وبحيث يلم كل فرد فى إدارة العلاقات العامة بأعماله، والمسئولية الملقاه على عاتقه ، ومتى يبدأ وينتهى العمل منها . والتخطيط بذلك يعنى القدرة على التنبؤ والتوقع ، أو بمعنى آخر هو رؤية مستقبلية تلتزم بالعلم . وهو كذلك نشاط عقلى إرادى يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة من الطاقات الخاصة لتحقيق أغراض معينة فى فترة زمنية محدودة. وتبدو الخطة الجيدة فى قدرتها على رفع معنويات الجماعة عن طرق الوفاق والوحدة، والرغبة فى تحقيق أهداف التنظيم. وتساعد القيادة الحسنة على تأدية ذلك.

ويعمل التخطيط الناجح على تغيير مشاعر الجماهير ، وعلى مستشار العلاقات العامة أن يعترف بالدور الذى يقوم به التخطيط فى تهيئة أساليب قبول أهدافه . فإذا حدث أن قسى الجمهور على جامعة بغير حق ، قائلا أن قسم اللغة الإنجليزية فيها ضعيف . فسيكون جزء من التخطيط على النحو التالى :

1- تشجيع قسم اللغة الإنجليزية على أن يرفع صوته فى كل إجتماع .

2- دعوة الحاضرين إلى الجامعة كضيوف على قاعدة تبادل الأساتذة .

3- دعوة محاضرين بارزين معروف عنهم علو الكعب فى تعليم اللغة الانجليزية ليتحدثوا إلى الطلبة وإلى الجمهور بوجه عام .

4- تراعى الجامعة فى الكتب المقررة التى تنشرها أنجح الطرق لتدريس اللغة الانجليزية مع اعطاء أساتذة الجامعة فضل التعديلات التى يدخلونها على البرنامج.

5- عرض أعمال قسم اللغة الإنجليزية على الجمهور ، وذلك بنشر أحاديث مع رئيس القسم ، أو أساتذة يحملون فيها مدى ماتحقق من تقدم ونجاح ويتحدثون عن مشروعات الغد .

6- نشر البحوث أو الدراسات أو المشروعات الخاصة التى تعد فى قسم اللغة الإنجليزية ، فإن لم تكن هناك بحوث من هذا النوع ، كان فى وسع الجامعة أن تشجع على إجرائها .

اسس ومبادئ التخطيط للعلاقات العامة :

1- يجب ان يكون التخطيط للعلاقات العامة متمشيا مع التخطيط القومى الشامل فى المجالات الدبلوماسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية والنموذجية ، كما ينبغى أن يتمشى مع احتياجات الجمهور الحقيقية واتجاهات وأفكاره ، وأن لايتعارض مع أهداف المجتمع - فليس من المناسب قيام المؤسسة ببرنامج إعلامى يشجع الجمهور على التوسع فى الاستهلاك بما يمثل عبئا إقتصاديا على الأسرة والمجتمع كله .

2- يستند التخطيط للعلاقات العامة إلى الدراسة المنظمة والبحوث العلمية الدقيقة القائمة على التجريب . فإدارة العلاقات العامة تبدأ بجمع المعلومات وبحث المشكلات ودراسة آراء الجمهور واتجاهاته ، ثم تبنى خططها بعد ذلك على أساس واقعى ، ويحدد أهدافه وغاياته على ضوء الدراسات والأبحاث.

3- تستند العلاقات العامة على المبادئ الأخلاقية والإنسانية ، فالصدق والأمانة مبدآن أساسيان فى كل تخطيط للعلاقات العامة . وقد يجمح بعض المشتغلين فى العلاقات العامة إلى إثارة العواطف على المعارضة بضربات قوية كاسحة ولكن هذه السياسة ليست بالمثلى دائما .

فلا ريب فى أنه إذا وعد برنامج للعلاقات العامة بشئ ثم جاءت الهيئة أو المؤسسة فتجاهلت ذلك الوعد ونهجت على سياسة أخرى مغايرة للسياسة المرسومة فلا لوم على الجمهور ولا تثريب إذا نظر إلى مشروعات المستقبل نظرة تحقير وشك . والتخطيط للعلاقات العامة يجب أن يتوجه إلى الفكر والعقيدة والعادات والتقاليد والقيم والاتجاهات والرأى العام ، وإلى الروح المعنوية للجماهير ، ويهدف إلى تغيير

السلوك . كما يرتكز التخطيط إلى عامل نفسي . فالجماهير جلبت على ان تحب أن تعرف سلفا ما هو مطلوب منها أو لها على حد السواء .

4- التخطيط للعلاقات العامة عملية ديموقراطية ، بمعنى أن الجماعة كلها تشارك فعلا فيها. وبهذا يشعر كل أفراد الجماعة أنهم ملتزمون بالخطة التى شاركوا في وضعها والاشتراك فى التخطيط عملية يتعلم الفرد منها كيف يتحمل المسئولية سواء فى مرحلة التخطيط أو عند التنفيذ ، ولقد ثبت من بحوث أخيرة أن الاشتراك فى وضع الخطة هو أفضل طريقة للإلتزام بالقرارات التى تتخذ لوضع الخطة موضع التنفيذ[1]

5- ويشترط فى التخطيط للعلاقات العامة أن يكون حيويا متدفقا مستمرا ، فلابد من مراجعته بانتظام لتجديده حسب الظروف . ويعنى هذا أن تخطيط العلاقات العامة يجب أن يتسم بالمرونة، لأنه من العسير أن تكون قاطعا فى برنامجك ثابتا عليه لايتحول عنه. فالمرونة تمكن من إدخال أية تعديلات على الخطة كلما تغيرت الظروف ، وتتفق المرونة فى برامج العلاقات العامة إذا توافرت العوامل الآتية :

أ- منح سلطة تغيير البرنامج للمسئول عن العلاقات العامة والإعلام وفقا لظروف العمل والمراحل التى يمر بها البرنامج أثناء التغيير .

ب- يجب أن يراعى فى البرنامج وخطوات التنفيذ أنها قابلة للتعديل ولا توضع هذه البرامج والخطوات بصفة جامدة غير قابلة فى المستقبل لإدخال تعديل عليها حتى لو دعت الظروف إلى التعديل .

جـ - يجب أن يكون البرامج كفيلة حيث الثقة فى الجماهير، ولا تثير فيها القلق إذا لم تقم المؤسسة بتنفيذ البرنامج المعتاد بمعنى ان تكون الجماهير مستعدة لتقبل التغيير فى أسلوب وخطوات ومحتويات البرنامج بدون إيجاد نوع من التساؤل أو القلق .

1- د. حسين محمد علي . العلاقات فى فى المؤسسات الصناعية ص 64

6- والتخطيط للعلاقات العامة يجب أن يترجم إلى برامج تنفيذية واستراتيجية وتكتيكات الاتصال بالجماهير للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور وتحقيق الأهداف المنشودة وتقييم المعوج منها. وبرامج العلاقات العامة يمكن أن تكون برامج وقاية لصيانة المؤسسة من الأخطار ، والصعوبات التى تواجهها ، كما يمكن أن تكون برامج العلاقات العامة علاجية لحل المشكلات التى تحدث والأزمات التى تظهر من المؤسسة والعاملين بها وجمهورها الخارجى . والاتجاه الحديث فى العلاقات العامة هو عدم إهمال الجانب الوقائى وجعله فى قائمة الأولويات .

7- اختيار الوسائل التى تستخدم فى الإعلام ، ويعنى هذ استخدام وسائل الإعلام المناسبة التى يكون فيها فاعلية فى التأثير فى الجماهير. ولا شك أن كل وسيلة من هذه الوسائل تحقق غايات معينة توجه إلى فئات خاصة من الجمهور تتناسب مع ظروفهم . ويمكن تعيين نوع الجمهور من حيث مستوياته العلمية والإجتماعية ومدى الإقبال أو الصدق الذى يبديه الجمهور والثقافات التى تستلزم استخدام نوع معين من الوسائل الإعلامية دون غيرها .

8- مبدأمراعاة الانتشار السريع والتوسع التدريجى ، هناك آراء مختلفة فى هذا المبدأ، ففريق من خبراء الإعلام والعلاقات العامة يرى ضرورة اتباع مبدأ الغزو السريع للجماهير، بمعنى أن تبدأ البرامج الإعلامية والعلاقات العامة واسعة شاملة تبذل طاقة مادية وفنية كبيرة ، وتستخدم فيها ألوان عديدة من أساليب التأثير والتشويق للوصول إلى تأييد الجماهير . ثم يعقب هذا التوسع نوع من الانكماش التدريجى بعد أن توطد أركان المؤسسة وتكسب لها جماهير كثيرة ، ويعرف هذا الإتجاه بمبدأ الإنكماش فى البرامج .

وهذا المبدأ فى تقديرنا لا تتحقق مع أخلاقيات عملية العلاقات العامة لأن الغزو السريع والسيطرة الخاطفة على الأفكار والاتجاهات يعتبر نوعا من الانتهازية الداخلية ولا تأخذ بهذا المبدأ الانتهازى سوى التجمعات الرأسمالية الانتهازية التى تحرص على كسب ثقة جمهورها واستمرار هذه الثقة ونموها وازدهار ها من وقت لآخر فإنها تسير

وفقا لمبدأ آخر يقوم على أساس الإنتشار التدريجي والتوسع النسبي ومبدأ البرامج فى حدود ضيقة بتنفيذ البرامج زمنيا ومكانيا حتى يتيسر أن يغطى البرنامج كافة فئات جماهير المؤسسة وكافة المناطق التى تمارس نشاطها فيها . ومن الناحية الزمنية ، يراعى تحديد مواعيد تنفيذ الخطة ، فإن حملة إعلانية موجهة للمزارعين الذين يقومون بزراعة القطن – مثلا – يجب أن تنفذ فى الوقت المناسب عند زراعة القطن أو قبل جنى المحصول .كذلك فإن تحديد الوقت المناسب لتقديم برامج إلى ربات البيوت يجب أن يراعى الوقت المناسب الذى يمكن لربة البيت الاستماع إليه عن طرق الإذاعة خلال فترة الصباح المناسبة أو فترة المساء بعد قضاء الأعمال المنزلية والإنتهاء منها . وهناك موضوعات ذات طابع زمنى لا تصلح إلا فى ظروف ومجالات معينة . فمثلا نشرة تتناول عيد الأم أو دخول الطلبة إلى الجامعات ، أو تتناول التطعيم ضد مرض وبائى، وهذه النشرات تكون ذات طابع زمنى بمعنى أن إختيار الوقت الملا ئم لنشرها يساعد على نجاح هذه النشرة .

9– تخصيص ميزانية محددة للبرامج الإعلامية فى إطار الميزانية العامة للمؤسسة، وبحيث تتناسب مع البرامج المطلوبة ، ومن المتفق عليه ألا تشكل هذه المصروفات عبئا ثقيلا على المؤسسة أو تؤثر على مستوى الخدمات التى تقدم للعاملين (الجمهور الداخلى للمؤسسة) .

اهداف التخطيط للعلاقات العامة :

يعتمد التخطيط للعلاقات العامة على الأهداف التى يضعها خبير العلاقات العامة نصب عينية . ويقصد بالهدف صورة ذهنية من الحالة المستقلية ، أو كما يشير البعض بأن الأهداف القريبة المدى والبعيدة المدى التى تساير الأيديولوجية الإجتماعية والتى ترسم الخطة الإعلامية من أجل تحقيقها . لذلك لابد من البداية أن تكون الأهداف ممكنة التحقيق ، وفى إطار الوسائل والإمكانيات المتاحة ، ويجب أن لا ننسى عمل حساب طوارئ .

وهناك هدفان رئيسيان للتخطيط فى العلاقات العامة يمكن إن يتفرع عنها اهداف فرعية كثيرة :

الهدف الاول :

هو تحسين العلاقات وتيسير سبل الاتصال بين ثلاث مجموعات رئيسية ، هي المستهلكون ، وأصحاب رؤس الأموال ، أى حمل الأسهم ، ثم العاملون فى المؤسسة . وضمان حسن العلاقات العامة بين المجموعات الثلاث هذه هو أمر بالغ الأهمية للعلاقات العامة فى أية مؤسسة صناعية .

الهدف الثانى :

هو الترويج لسلعة أو انتاج مابين جمهور المستهلكين فى عالم إشتدت وتشتد فيه المنافسة يوما بعد يوم .

هذا ومن الضرورى القيام بالبحوث اللازمة للوقوف على أوجه الخلاف إن وجدت بين الأهداف وموقف الجماهير منها ، والثغرات التى بين الأهداف ، وموقف الجماهير يتعين سدها قبل الشروع فى وضع الخطة . وفى وسع خبير العلاقات العامة أن يستعين بكافة وسائل الاتصال المتاحة له ليدنى الجماهير من الهدف الذى وضعه نصب عينيه .

العوامل المؤثرة فى التخطيط :

تتلخص المتغيرات الأساسية التى تحكم عملية التخطيط للعلاقات العامة فى الأغراض أو الأهداف، والأولويات، والميزانية، والاعتمادات المالية، والموارد والإمكانيات المتاحة، والوقت المتاح للتنفيذ أو المجدد له .

كذلك فإن الشعور السائد بين الجمهور له أهمية كبرى، والواقع أن تهيئة جو من الشعور الطيب أمر ضرورى هام. وما دمت قد عرفت شعور الجمهور ، فقد صرت فى موقف يطوع لك أن تتصرف وفقا له ، ولابد طبعا من الاعتراف بأنه ليس من المستطاع تغيير شعور الجمهور بين عشية وضحاها . وقد يدعو الأمر إلى تغيير أهدافك أنت [1].

1- د. حسين محمد على . العلاقات فى المؤسسات الصناعية ص 69 – 75 .

مراحل التخطيط للعلاقات العامة :

يتضمن التخطيط للعلاقات العامة سلسلة متتابعة ومترابطة من الخطوات والمراحل الخمسة الآتية :

المرحلة الأولى : تحديد الهدف :

يبدأ التخطيط بتحديد أهداف العلاقات العامة فى المنظمة . فبدون وجود أهداف، وعدم تحديد المستوى المراد إنجازه ، ومعايير الإتمام أو الكمال يعنى عدم وجود حوافز نحو ما يمكن أن يطلق عليه تقدم. وبدون الأهداف العملية (القابلة للتحقيق) المحددة سيكون هناك تقدم محدود، وسيركز الناس على ماهو ضرورى دون بحث عن مجالات التحسين ولذلك فإن عمليات الربط المستمرة بين المثل العليا والأهداف تعطى أملا فى مستقبل أفضل .

وهناك عدة أقسام للأهداف منها الأهداف الأولية ، والأهداف الثانوية أو أهداف رئيسية وأخرى فرعية. وتتركز الأهداف الأولية حول تحسين الكفاية الإنتاجية ، مع المحافظة على الروح المعنوية، وشعور الأفراد بالرضا عن أعمالهم. أما الأهداف الثانوية فهى أوجه النشاط المؤثرة فى معنويات الأفراد وفى كفايتهم الإنتاجية ، فيجب العمل على وضع الفرد المناسب فى المكان المناسب ، وتحديد الأجور العادلة مقابل الكميات المناسبة من العمل .

وتصنف الأهداف كذلك إلى أهداف بعيدة ووسطى وقريبة ، ومن أمثلة النوع الأول الأهداف العامة طويلة الأجل، وهذه تتمثل فى زيادة الفوائد التى تعود على أرباح المساهمين وعمالها ومستهلكى منتجاتها، والجماعات التى تعمل فيها ، وذلك عن طريق وضع البرامج لتوسيع المصانع وتحسين المنتجات ، فتؤدى مثل هذه البرامج إلى أرباح المساهمين ، واستقرار الموظفين والعمال، وتخفيض أسعار السلع .ومن الأهداف الطويلة الأجل أيضا الاحتفاظ بعلاقات طيبة ومستمرة مع كل من ترتبط مصالحهم بالمؤسسة، كالعمال والمستهلكين والموزعين والمساهمين وغيرهم من جماهير المؤسسة والمساهمة فى نهضة المجتمع .

أما الأهداف المتوسطة، فهى المرحلة الوسطى بين الأهداف البعيدة والأهداف القريبة. وهى تمتاز بطابع التنفيذ والتطبيق ، ومنها مثلا إنتاج السلع الجديدة فى أقرب وقت ممكن مع تهيئة وسائل التسويق والترويج وتحسين المنتجات الحالية وتحسين الآلات وإعادة تنظيم العمليات والأساليب .

أما النوع الثالث فهو الأهداف المباشرة أو العاجلة أو القريبة التى يبدأ بها التنفيذ ، وهذا النوع من الأهداف يتعلق بكل أوجه نشاط المؤسسة ، واتصالاتها بفئات الجماهير المختلفة فمثلا فيما يتعلق بالعمال نجد الأهداف المباشرة الآتية : الاحتفاظ بعلاقات ودية صريحة مع رؤساء النوادى ونقابات العمال والمعاهد وغيره فى جميع الأوقات ، والإقدام السريع على تنفيذ البرامج التدريبية الخاصة بتدريب العمال على الأعمال الجديدة ، والاعتزاز بثقتهم ، والمشاركة فى حل مشكلاتهم والاستماع إلى آرائهم وتجديد نظم التأمين الاجتماعى والإهتمام بالمعاشات والمكافآت ، ومراعاة تحسين ظروف العمل وفقا لأحدث النظم .

هذا وينبغى أن تكون هذه الأهداف واقعية — أى قابلة للتحقيق، ويلزم أن تكون صريحة ومحددة تحديدا دقيقا بما لايدع مجالا لأى غموض أو لبس فى الفهم والتفسير ، وذلك حتى يفهمها الجميع ، وتتوجه أعمالهم نحو تحقيقها. ويشترط أن يضع خبير العلاقات العامة نصب عينيه عوامل الجهل أو التحامل التى قد تكون سائدة بين الجماهير التى يتعين التعامل معها. وعليه أن يعمل جاهدا على إزالة تلك الغشاوة ، وينبغى عند تحديد الأهداف مراعاة تحقيق الموازنة بين مصالح الجماهير المختلفة التى تتعامل معها ، والتى قد تتضارب فيما بينها .

وينبغى تحديد الأهداف فى ضوء الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية السائدة بين الرأى العام. تلك الإتجاهات التى تختلف من وقت لآخر، كما تختلف من منطقة جغرافية إلى أخرى. وينبغى أن تأتى الأهداف فى ضوء الوقت والجهد والمال اللازم لتحقيقها ، وبما يتناسب مع الإمكانيات المادية والبشرية .

هذا ولا يجوز اعتبار الأهداف ثابتة لاتقبل التبديل ولا التغيير . ومن ثم ينبغى عدم التردد إطلاقا فى تعديل سياسة خاصة بهدف معين أو حتى إبقاء تلك السياسات متى عفى عليها الدهر [1].

المرحلة الثانية : جمع البيانات :

تمثل خطوة جمع المعلومات وتحليلها المدخل العلمى فى التخطيط للعلاقات العامة . وتعنى بهذه المرحلة جمع المعلومات والإحصاءات والبيانات الكافية عن المشاكل المتصلة بالعلاقات العامة وأبعادها الحقيقية ، وكذلك اتجاهات الجماهير وعملية جمع الحقائق أو المعلومات تحدد اساس التحليل .

ويمكن الحصول على معلومات وإحصاءات لها قيمتها من النشرات الحكومية والتجارية والزراعية والصناعية والجرائد والمجلات والمكتبات وغيرها ، مع الإحتفاظ بملف يحتوى على أسماء المراجع التى يمكن الالتجاء إليها للحصول على حقائق وبيانات معينة ، ومن هذا الملف يمكن استخلاص المعلومات والنشرات الداخلية والمعارض وغيرها من وسائل الإعلام المختلفة . ويمكن الإستماع كذلك إلى آراء ومعتقدات الأفراد أصحاب الشأن فيما يتعلق بالسياسات التى تتبعها إدارة المؤسسة . ويحدد خبراء العلاقات العامة نوع الجمهور الذى يمكن أن نلجأ إليه للبحث عن البيانات المطلوبة ، والمعروف أن هناك تغيير فى رأى الجمهور من جيل لآخر بل ومن وقت لآخر بسبب الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبسبب ارتفاع الوعى بينهم ، كما تختلف الآراء حسب السن والجنس والجنسية وموقع السكن .

وتتمثل أهم المعلومات اللازمة للتخطيط للعلاقات العامة مايلى :

1- المغيرات البيئية ، وهى المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والقانونية السائدة فى المجتمع ، والتى توجه تخطيط النموذج الاتصالى وتؤثر فيه .

1- أنظر د.جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص 104 .

2- دراسة فئات الجمهور المستهدف التى ستوجه إليه الحملة الإعلامية أو الدعائية باعتبار أنهم سيحددون طبيعة مضمون الرسائل الإعلامية ، والوسائل التى تستخدم، والأساليب الإعلامية ، طبقا لأعدادهم ونوعياتهم ومستوياتهم .

3- دراسة الوسائل الإتصالية المتاحة للتعرف على أفضل الوسائل التى يمكن استخدامها [1]

المرحلة الثالثة : مرحلة وضع وتصميم الخطة :

ونعنى بها رسم سياسة العلاقات العامة ، فلتحقيق العلاقات العامة لابد من وضع الخطة المناسبة ، والخطة بدورها يجب أن تحتوى البرامج المختلفة التى تساهم مجتمعة فى بلوغ هذه الأهداف ، وتبين خطوات العمل تفصيلا ، وكذلك أنسب الأساليب والوسائل لتحقيق أهداف العلاقات العامة ، كما أن خطة العمل ترتبط عادة بالمدة الزمنية اللازمة لتنفيذها .

المرحلة الرابعة : مرحلة تنفيذ الخطة :

وفى هذه المرحلة يتم تنفيذ الخطة التى سبق الاتفاق عليها وتحتوى الخطة عموما على البرامج التفصيلية . ويجب أن يتم تنفيذ الخطة على أساس الالتزام بأهدافها ، واحترام ما نصت عليه من وسائل وإجراءات لتحقيق هذه الأهداف ، إذ بدون هذا الالتزام سيحدث التراخى والاهمال . كما يجب أن يراعى فى تنفيذ الخطة توزيعها توزيعا مناسبا مع الأجهزة والأقسام المختلفة المسئولة عن عمليات التنفيذ لخطة العلاقات العامة بالمؤسسة .

وخلال هذه المرحلة تتم عملية الإتصال – أى نقل وتبادل المعلومات من وإلى الجماهير المعينة لإقناعهم بفكرة معينة أو تصحيح أفكار خاطئة أو توضيح وجهة نظر المؤسسة لهم . والاتصال هو العامل الذى يربط المجتمع ببعض ، وقد يكون بالكلمة أو النغم أو بالرمز أو بالصورة أو بها جميعا .

1- أنظر د. سمير محمد حسن . الإعلام والإتصال بالجماهير ص 76 .

خامسا : الرقابة والقييم :

إن التحديد والتنفيذ لايكفيان، وإنما يجب على مسئول العلاقات العامة أن يتأكد أن الأهداف قد أمكن بلوغها. وهذه هى وظيفة العلاقات العامة. فالرقابة هى مواكبة عملية تنفيذ الخطة ، والتأكد من سيرها طبقا للتعليمات ووفقا للخطة المرسومة ، والتأكد من أن الأهداف الموضوعة والخطط والسياسات والإجراءات يتم تنفيذها ، وتمكن هذه المرحلة من كشف الإنحرافات وتحديد المسئول عن الإنحراف .

وتظهر الحاجة إلى الرقابة الحقيقية فى ان الأهداف والخطط والسياسات يقوم على إدانة الأفراد. وهم قد يؤدونه فى ظروف مختلفة بأدوات مختلفة، وفى مناطق مختلفة وفى أوقات مختلفة ، وذلك من المحتمل أن تتشابه الأمور التى يتم فيها أداء العمل . ومعنى هذا أن هناك احتمالات لظهور الانحرافات، وبعض هذه الانحرافات قد يكون خطيرا، والبعض الآخر أقل خطورة ، ودرجة الخطورة تحددها فى الواقع درجة الانحراف عن المعايير الموضوعة [1].

أما التقييم فهو عملية تقدير الموقف والحكم على فاعلية وكفاية العملية ، وبحث قيمة النتائج التى تم التوصل إليها من تنفيذ البرنامج المرسوم ، ودرجة تأثير الوسائل الإعلامية المختلفة التى استخدمت فى نفوس وتصرفات الجماهير .

وعند القيام بالتقييم فإن هناك عددا من الأسئلة يجب البحث عن إجابات لها ، وهى:

1- إلى أى مدى- يساهم هذا النشاط بشكل محدد فى تحقيق أهداف المشروع، وماهى هذه الأهداف ؟

2- هل نحصل على ما يساوى أموالنا بالنسبة لكل إنفاق ؟

3- هل التكلفة متوازنة مع الإنجازات ، ما هى هذه الإنجازات بالتحديد ؟

1- د. عمرو غنايم و د. على الشرقاوى . تنظيم وإدارة الأعمال . الأسس والأصول العلمية – مدخل تحليلى ص 507 .

4- وبالنسبة لمجموع المنفق على العلاقات العامة ، إلى أى مد تحتاج إليه؟ ولماذا ؟

5- هل تم التخطيط للبرنامج بشكل كاف ؟

6- هل فهم المعنيون العمل المطلوب منهم أدائه ؟

7- هل تعاونت جميع الإدارات والمديرين مع إدارة العلاقات العامة ؟ وهل تشجع نشاطها وتقدر أهميتها بالنسبة لها ؟

8- كيف كان من الممكن الوصول إلى نتائج أفضل لو اتبعت طرق بديلة ؟

9- هل تم التوصل إلى جميع الجماهير المختلفة ؟

10- هل حصلت على الدعاية الكافية قبل وأثناء وبعد اتمام البرنامج ؟

11- هل كان فى الإمكان عمل تعديلات أحسن بالنسبة للظروف غير المرئية؟

12- هل ظل البرنامج فى حدود الموازنة الموضوعة له ؟ وإذا كانت الإجابة لا فلماذا ؟

13- ماهى الإجراءات التى اتخذت مقدما لقياس النتائج ؟ هل كانت كافية ؟

14- ماهى الخطوات التى اتخذت لتحسين البرامج المشابهة المستقبلة فى ضوء القياس الحالى ؟

15- وأخيرا هل نجحنا[1] ؟

ولاشك أن النتائج التى يصل إليه التقييم كخطوة نهائية فى أنشطة العلاقات العامة ذات تأثير بالغ على مستقبل العلاقات العامة داخل أى مؤسسة لأنها تعطى الدليل المادى المحسوس على أن العلاقات العامة حققت الأهداف والأغراض التى كانت تبتغيها .

ومن الملاحظ أن هناك تكامل بين هذه المراحل أو الخطوات الخمس .

1-أنظر د. محمد عبد الرحيم . المرجع السابق ص ص 181 -182 .

العقبات التى تعترض عملية التخطيط للعلاقات العامة :

يجب أن ينتبه العاملون فى أجهزة العلاقات العامة إلى أن هناك بعض العقبات التى تعترض عملية التخطيط وأهمها ما يلى :

1- عدم اعتراف الإدارة فى بعض المؤسسات بإمكانية الأخذ بالتخطيط فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة .

2- إفتقار إدارات العلاقات العامة فى بعض المؤسسات إلى الموافقة الصريحة على الأهداف التى تضعها والتى تتطلب تنفيذ أنشطة محددة بإمكانيات وطاقات معينة فى مدى زمنى محدد .

3- شعور بعض رجالات العلاقات العامة بإفتقارهم إلى الوقت الذى يضيع تحت ضغط العمل اليومى بمشكلاته المتجددة .

4- الإحباط الذى يتعرض له رجال العلاقات العامة داخل المؤسسة نفسها خلال محاولتهم لتبادل الجهود والتنسيق مع الإدارات الفرعية .

5- نظرة بعض رجالات العلاقات العامة للنشر باعتبار الهدف النهائى والقيمة الفعلية لنشاط العلاقات العامة بالمؤسسة .

6- عمليات التخفيض المستمر لميزانيات العلاقات العامة فى كثير من المجتمعات، ومن بينها مصر بدعوة "ترشيد الإنفاق " او تخفيض المصروفات دون إدراك لدور العلاقات العامة بمفهومها الصحيح فى ترشيد الإنفاق وزيادة الإنتاج [1] .

1- أنظر د . على عجوة . الأسس العلمية للعلاقات العامة ص ص 103 – 104 وانظر د. نبيل صادق وآخرين . المرجع السابق ص 149 .

برنامج العلاقات العامة :

البرنامج هو تفصيل الخطة تفصيلا دقيقا بحيث يجعلها معدة للتنفيذ ويقوم مدير العلاقات العامة باختيار الموضوعات التى تحقق هدف المنظمة ، والتى يدور حولها الإعلام والشخصيات التى يسعى للإتصال بهم . كما أنه ينظم جميع التسهيلات اللازمة لتنفيذ البرنامج .

والمعروف أن اختيار الموضوع يتصل اتصالا وثيقا بالمناخ الذى تعمل فيه المنظمة ، وبطبيعة العمل فى المؤسسة ، فإذا كنا نعد برنامج لشركة تبيع الألبان ومستخرجاتها . فمن الواضح أن الموضوعات لابد أن تدور حول الصحة والطفل والغذاء الكامل والأمومة والقوة . وينطوى إعداد البرنامج على بيان الميزانية العامة وينبغى أن يتناسب البرنامج مع عدد الموظفين اللازمين لتنفيذ البرنامج ، وبحيث يكونوا من المتخصصين ، فنجاح البرنامج فى تحقيق أهدافه يرتبط بنوع الخبرة المهنية ، والدراية الكافية لدى القائمين به . وقد يستخدم – مثلا– بعض المساهمين كدعاة مهرة فى ميدان المساهمين ،أو بعض الموزعين القادرين على جذب الموردين ذوى الصفات الحسنة . وعلى أن يعرف كل موظف واجباته بدقه ووضوح ، ومدير العلاقات العامة هو المسئول عن توزيع الاختصاصات على سائر الأقسام، وهو يستشير رؤساء الأقسام لاختيار الخبراء اللازمين لتنفيذ البرنامج.

ويجب ان يكون لكل برنامج هدف ، إذ لا معنى إطلاقا لبرنامج لاهدف له ولا غاية منه . وينبغى أن تكون الأهداف المحددة واقعية ، إذ لاجدوى إطلاقا من تحديد هدف ما إذا كان ذلك الهدف غير عملى أو بعيد المنال ، كما يجب ان تكون الأهداف صريحة وواضحة .

هذا وينبغى أن يتضمن البرنامج المتكامل للعلاقات العامة النقاط الآتية :

1- تاريخ المؤسسة .

2- أغراض المؤسسة.

3- المثل العليا التى يهتدى إليها .

4- النجاح الذى أحرزته المؤسسة والعقبات التى تصادفها .

5- الخدمات التى تؤديها بنجاح ، والمحاولات التى تصادف التوفيق .

6- حاجات المؤسسة .

7- مشروعاتها فى المستقبل .

8- من سيقوم بتنفيذ البرنامج ؟

9- ماهى وسائل الإتصال التى ستستخدم ؟

10 -تكاليف البرنامج .

البحث العلمى فى العلاقات العامة :

لما كانت برامج العلاقات العامة تعتمد على حقائق ثابتة بدلا من الاعتماد على التخمين، فالدراسة العلمية والبحوث المنظمة هى التى تنير لنا الطريق إلى نتائج سليمة وهى التى تكشف لنا كيفية تفكير الناس، والحالة التى يعيشون فيها. وتستخدم البحوث العلمية فى مجال العلاقات العامة مع المستخدمين، والمساهمين ومعرفة مجموعات المساهمين بحسب الموقع الجغرافى ، أو عدد الأسهم المملوكة ، أو النوع ، أو السن ، أو المهنة ومعرفة آرائهم ورغباتهم ، وتحديد عادات القراءة للمطبوعات الخاصة بهم. كذلك يمكن استخدام البحث العلمى لدراسة العلاقات العامة مع الموزعين والهيئات الحكومية وغيرها، ومعرفة طرق الاتصال المختلفة مع هذه الجماهير كما يمكن استخدام البحث العلمى فى التعريف على المشاكل مثل البطاقة الموسمية ، ومستويات الأجور ، وإتحادات العمال ، وارتفاع اسعار السلع ومستوى جودتها ، ودرجة توفرها فى السوق .

والبحث العلمى من وجهة نظر العلاقات العامة ن هو نوع من النشاط البشرى يهدف إلى إستقصاء الحقائق والمعلومات وقياس الرأى العام ، وتفسيرها والاستفادة بنتائجها .

ويحقق البحث مزايا أهمها :

1- يبين للإدارة وجهة نظر الجمهور لأخذها فى الإعتبار عند وضع سياسة المنشأة.

2- يعطى الفرصة للجمهور لإبداء وجهة نظره عن المنشأة وسياستها وإدارتها، وهو بذلك يرضى نزعة الناس فى التعبير عن آرائهم الشخصية تجاه المنشأة ، وذلك وحده يرفع من تقدير الناس واحترمهم للمشرفين على إدارة المنشأة.

3- يبين للمنشاة درجة نجاح سياستها الإدارية ومنزلتها فى نفوس الناس ويكشف لها مواطن الضعف والقوة .

4-الدراسة العلمية تكشف عن نزعات الناس المختلفة واسباب ذلك الاختلاف، وتساعد على وضع الحلول للتغلب عليهاوالسيطرة على الموقف لصالح المنشاة [1].

ويمر البحث العلمى للعلاقات العامة بالمراحل الآتية :

تحديد المشكلة :

يجب بادئ ذى بدء التعرف على المشكلة وتحديد طبيعتها ومدى عمقها ، مع عدم الخلط بين أصل المشكلة وعوارضها . فالفشل فى تحديد المشكلة المراد حلها قد يوجه الباحث إلى وجهات خاطئة ، وفى ذلك ضياع للوقت والجهد والنفقات ، بالإضافة إلى عدم التمكن من الوصول إلى حلول مناسبة . ولاريب أن فهم المشكلة هو أصعب جانب من جوانب البحث المنظم .

الغرض من الدراسة :

ويلى تحديد المشكلة الغرض من الدراسة ، فالتعرف على طبيعة المشكلة يجرنا إلى تحديد الغرض من البرنامج . ويجيب الغرض من الدراسة عن سؤال مؤداه — ما المقصود من البحث ؟ هل هو دراسة آراء الجمهور المرتبطة بالمؤسسة أو الشركة ؟ وتنقسم الأهداف إلى أهداف رئيسية وأهداف فرعية . فإذا كان الغرض العام هو دراسة آراء العمال والموظفين من المنشاة ، فالأغراض الفرعية قد تكون معرفة رأى

1- د. صلاح الدين عبد الباقى . المرجع السابق . ص ص 69 – 97 .

الموظفين عن سياسات الأجور بالمنشاة ، أو معرفة وجهة نظرهم عن نظام الترفيه أو نظام التأمين والادخار .

تحديد المنهج :

يحدد أخصائى العلاقات العامة المنهج الذى سوف بستخدمه . والمنهج هو مجموعة الخطوات المنظمة والعمليات العقلية الواعية والمبادئ العامة والطرق الفعلية التى يستخدمها الباحث لتفهم الظاهرة موضوع الدراسة . ومن ثم فالمنهج يجب على سؤال مؤداه كيف يمكن حل مشكلة البحث والكشف عن جوهر الحقيقة . والوصول إلى قضايا يقينية لا يشوبه احتمال أو شك .

وقد يستخدم الباحث المنهج التاريخى ، والتاريخ الذى نعنيه هنا ليس مجرد مجموعة من الأحداث. وليس سرد لحياة الملوك أو الأمراء ، كما أنه ليس تسلسلا للغزوات والمعارك، بل هو ترجمة لحياة الشعوب وتطورها الحضارى . وقد يستخدم المنهج المقارن، والمقارنة – كما يقول ...إميل دور كايم – هى " نوع من التجريب غير المباشر " وهى تستخدم فى الحالات التى يصعب فيها إجراء تجارب دقيقة .

وقد يستخدم منهج التجربة ، والتجربة هى ملاحظة الظواهر بعد تعديلها تعديلا كبيرا أو قليلا ، أى التحكم فى الظروف والشروط عن طريق بعض الظروف المصطنعة . يقول عنها لاناو ماكيث [1] : أننا فى الملاحظة قد ننتظر حدوث الظاهرة فى مجرى الطبيعة ، فإذا حدثت فإننا نكتفى بملاحظتها كما حدثت ، أما فى التجربة فنحن الذين ننتج الحادثة أو الظاهرة بشروط اخترناها مسبقا للتحقق من صدق فرض طرأ على عقولنا .

وقد يستخدم المنهج الاحصائى ، ويعنى المنهج الاحصائى تجميع المادة العلمية تجميعا كميا، وهو بذلك يعكس نتائج البحث العلمى فى صورة رياضية بالأرقام والرسوم البيانية، أى فى صورة كمية، ومن ثم تسهل المقارنة . وقد يستخدم منهج

1- د. على عبد المعطى محمد . فلسفة العلوم ومناهجها ص 382 .

بحث الحالة. والباحث المتبع لهذا المنهج يأخذ عينات تمثل الجماعة التى يقوم بدراستها. ثم يجرى البحث على هذه الحالات المختارة وأخيرا يطبق ما وصل إليه من نتائج على المجموعة كلها . وللعينة نماذج نذكر منها العينة العشوائية البسيطة Sample random Sampling ، والعينة العشوائية المنتظمة ، والعينة الاجتماعية الطبقية ، والعينة العنقودية ، والعينة المساحية .

وقد يستخدم المسح الاجتماعى. والمسح – كما عرفه هويتنى – هو محاولة منظمة لتحليل وتأويل الوضع الراهن لنظام اجتماعى أو لجماعة أو لمنظمة . والمسح يركز على قطاع عرضى من الحاضر ، ولفترة من الزمن كافية لدراسته ، والهدف منه الحصول على مجموعة من البيانات وتاويلها وتعميمها ،وكل ذلك بهدف التطبيق العملى فى المستقبل القريب .

ادوات جمع المعلومات :

يبدأ الباحث بعد ذلك باختيار أداة أو ادوات جمع المعلومات والبيانات التى يريد أن يحصل عليها . وهناك وسائل متعددة لجمع المادة العلمية والبيانات . وقد يلجأ الباحث إلى أكثر من واحد منها حسب موضوع البحث . ومن هذه الوسائل :

1- المراجع :

وهى قراءة وتحليل الكتب والوثائق والسجلات والصحف والمجلات والنشرات والمواد الإذاعية وغيرها من مواد النشر والاعلام ، وكذلك تحليل الاحصاءات والدراسات والأبحاث الرسمية والأهلية .

2- المحا دثات والرسائل :

برز بعض الأخصائيين المعاصريين بروزا واضحا فى مادقم ، ومجال تخصصهم وكثيرا ما نجد إسم الواحد منهم يتصل إتصالا وثيقا بموضوع ما . وفى مثل هذه الحالات يجب على الباحث أن يسعى إلى أحد هؤلاء المتخصصين ليهتدى بآرائه حول نقطة ما ، وينتفع بتوجيهاته .

ويعد الباحث نفسه إعدادا تاما لهذه المقابلة لتنظيم الأسئلة التى سيطلب الإجابة عليها والنقاط التى يريد إيضاحها ، ثم يدون الإجابة تدوينا دقيقا منظما ثم يعرضها عليه ليوافق عليها قبل نشرها . وإذا لم يتمكن من المقابلة الشخصية لبعد الشقة ، فالواجب أن تتم الاتصالات بطريقة المراسلة .

3- الملاحظة :

وهى طريقة جمع المعلومات بالمشاهدة المباشرة فيقوم الباحث بالملاحظة ثم يدون ما توعيه ذاكرته من مشاهدات .

4- المقابلة والإختبار الشخصى Interview :

وهى تقوم على المقابلة والاجتماع وجها لوجه بين الباحث والمبحوثين كل منهم على حدة ، ويجمع منهم المعلومات عن طريق أسئلة يلقيها السائل ، لمعرفة رأى المجيب فى موضوع محدد بالذات ، أو الكشف عن اتجاهاتهم الفكرية ومعتقداتهم الدينية . ويلجأ الباحث إلى هذه الأداة عندما يريد التعمق فى دراسة بعض الحالات الفردية. ومن مميزات هذه الطريقة المرونة التى تمكن الباحث من الحصول على مزيد من المعلومات والبيانات من خلال مناقشته للمبحوث . ويستخدم الباحث حواسه ، مثل حاسة السمع ، والمقابل الماهر هو الذى يستطيع أن يلاحظ حركات المبحوث، والتى قد تشير إلى توتر أعصابه ، وإلى انفعالاته . وهو يلاحظ شكل المبحوث، ونوع ملابسه ، مما يمكن من المقارنة بين ما يقوله المبحوث ، وبين حقيقته وطبيعته .

ويؤخذ على طريقة المقابلة أنه قد يصعب أحيانا أن يعبر المبحوث عن أفكاره لانفعالاته او خوفه ، أو شعوره بالذنب ، أو حزنه . ولهذا فإن واجب المبحوث أن يحافظ على توفر نوع من الود مع المبحوث [1]. كما أن الباحث يعانى من التصورات والذكريات الكاذبة للمبحوث، وتصور إدراكه . ويؤخذ على هذه الطريقة كذلك

1- William W.Savage, Impersonal and Group Relations to Education Administration p.385.

البطء ، فهى تحتاج إلى وقت طويل ومجهود شاق ، وتكاليف باهظة للوصول إلى البيانات اللازمة .

الإستبيان Questionnair:

وهى استمارة تحتوى أسئلة يجيب عليها المبحوث . ويوجد أنواع مختلفة من الاستمارات ، فهناك جدول البحث Schedule، وهى استمارة أو كشف يعرف بصحيفة الاستقصاء تحتوى بعض الأسئلة عن الموضوع المراد بحثه وتملأ الصحيفة بمعرفة أفراد البحث فى مواجهة الباحث ، إذ يتصل الباحث بأفراد البحث، ويشرح لهم الغرض من هذا البحث ، ويبين لهم طرقة ملء الكشوف ، ثم يجمعها منهم ثانية بعد أن يدونوا إجاباقم فيها وتتميز هذه بأن كلمات الأسئلة تحمل نفس المعنى بالنسبة للمبحوثين .

أما الطريقة الثانية فهى تعرف بطريقة كشف البحث أو كشف الأسئلة ، وهى تختلف عن جدول البحث ، حيث لا يجتمع السائل بالمجيب ، إذ ترسل إلى الجمهور عن طرق عدد من المندوبين ، أو تنشر على صفحات الجرائد والمجلات .

ومن مميزات هذه الطريقة :-

1- تعتبر أقل الطرق تكلفة وبذلا للمجهود .

2- تمكن الباحث من الحصول على بيانات من أكبر عدد من المبحوثين ، وفى أقل وقت ممكن .

3- تمكن الباحث من الحصول على معلومات قد يصعب الحصول عليها بطرق أخرى .

أما عيوبها فتتلخص فى الآتى :-

1- لاتستخدم مع الأميين أو الذين لا يجيدون القراءة والكتابة .

2- قد لا يهتم المبحوثين بالإجابة على الأسئلة بطرق جدية ، أو قد لا يرسلون إجاباقم إلى الباحث – فمثلا تراوحت نسبة العائد من الاستمارات فى امريكا ما بين %10، 50 % .

3- يفقد الباحث اتصاله الشخصى مع المبحوثين ، وهذا يحرمه من ملاحظة الأفعال وردود الأفعال واستجاباهم لأسئلة البحث .

4- قد تحمل المعانى والمصطلحات أكثر من معنى وليس هناك فرصة للتأكد من فهم الفرد للإصطلاحات والكلمات الواردة فى الأسئلة .

وعند عمل كشف البحث يراعى الآتى :-

1- يجب أن تكون الأسئلة محددة العدد ، وبالقدر الكافى الذى يخدم أغراض البحث. وهذا يعنى الاستغناء عن كافة الأسئلة التى قد لا يستفاد من نتائجها ، كما يجب الإبتعاد عن الأسئلة المعروفة إجابتها .

2- يجب أن تكون الأسئلة واضحة ، وسهلة الفهم ، وخالية من الغموض ، وأن تتناسب لغة الأسئلة من حيث السهولة والبساطة مع درجة المستوى التعليمى للعينة، وأن يكون لكل سؤال معنى واحد لجميع أفراد البحث مهما كان الإختلاف بينهم .

3- يجب ان ترتب الأسئلة تدريجيا من الأسهل إلى الصعب ، وأن تكون متمشية فى ترتيبها مع المنطق ، والتسلسل الطبيعى لتفكير الفرد - أى لاينقله ترتيب الأسئلة من موضع لآخر بدون مقدمات - ولذا يجب أن تجمع الأسئلة الخاصة بكل مرحلة مع بعضها البعض .

4- يجب الإبتعاد عن الأسئلة غير المحددة أو التى تحمل اكثرمن معنى ، فمثلا لو سألنا شخصا هذا السؤال - إلى أى الهيئات تنتمى ؟ هذا السؤال غير محدود ، وتختلف الإجابة عليه لأن أفراد البحث لا يعرفون المطلوب من هذا السؤال - أهى هيئات سياسية أم دينية أم علمية ... الخ .

5- يجب أن تتطلب الأسئلة إجابات قصيرة لاتحتاج إلى مجهود ذهنى. ومن المستحسن أن تكون إجابات الأسئلة (نعم) أو (لا) ، ويضع الباحث العلامة (√) أمام الإجابة التى تنطبق عليه .

6- يجب الإبتعاد عن الأسئلة المثيرة أو الخارجة كالتعرض لأسرار الأسرة كما ينبغى تفادى الأسئلة الإيحائية التى توحى بإجابات معينة . يجب كذلك تجنب الأسئلة التى تتيح

التحيز الشخصى عند الإجابة عليها . فمثلا لايجوز توجيه مثل هذا السؤال. هل أنت ذكى ؟ لأنه ليس من المتوقع أن تكون الإجابة بالنفى .

7- يجب عدم إدماج سؤالين أو أكثر فى سؤال واحد . فمثلا لا يصح توجيه سؤال بهذه الطريقة . هل أنت عضو بأحد النوادى الرياضية ؟ وما هى الرياضة التى تمارسها ؟ بل ينبغى تقسيم هذا السؤال إلى سؤالين .

8- من المستحسن تكرار بعض الأسئلة بصيغ مختلفة حتى يمكن التأكد من صحة البيانات .

9- توضيح وحدة الشئ ، فعند سؤالك لشخص ما دخله يجب ذكر المبلغ بالجنيهات المصرية مثلا ، وقيمة الدخل فى اليوم أو الأسبوع أو الشهر أو السنة .

10- يجب أن يكون كشف البحث شاملا لجميع الأسئلة اللا زمة للبحث ، حتى لا يلجأ الباحث لأفراد البحث مرة ثانية لاستكمال بيانات اتضحت ضرورتها ، ولم يكن كشف البحث حاويا لها .

11- يجب أن يكون حجم الإستمارة مناسبا ، ونوع الورق جيدا يتحمل الكتابة، ولونه مقبولا ، والطباعة جيدة حتى تسهل قراءتها ، كما يوضح على غلاف الاستمارة موضوع البحث ، واسم الهيئة المشرفة عليه ، وما يفيد سرية البيانات .

12- قبل استخدام الاستمارة يجب اختبارها للتأكد من صلاحيتها ويتم ذلك بتوزيع عدد محدود من الأسئلة على عينة صغيرة ، ومن إجابات هذه الاستمارات يمكن معرفة الأخطاء ، والتعرف على الصعوبات التى يواجهها المبحوثين . فقد تكون هناك بعض الأسئلة التى تحتمل أكثر من إجابة ، أو تكون هناك أسئلة غير واضحة أو محرجة ... الخ ، وهذا يستدعى تعديل الاستمارة قبل استخدامها .

تحليل البيانات وتفسيرها :

وإذا ما انتهى الباحث من جمع المادة العلمية، يدخل فى مرحلة مراجعتها ، والتأكد من صحتها، وكذلك مراجعة الاستمارات، فقد تكون موضوع شك بالنسبة للباحث نفسه ، أو موضوع شك بالنسبة للمادة العلمية .

ويقوم الباحث بعد ذلك بتحليل المادة العلمية، أى تقسيم المشكلة موضوع الدراسة إلى مجموعة من المتغيرات أو عناصر أو قضايا أكثر بساطة . والقضية البسيطة هى ما أعرف بوضوح ماذا تعنى، ولاشك أن تحليل الحقائق يساعد على وضوح الأفكار التى يسعى إليها البحث العلمى، وهو بالتالى يؤدى إلى استخلاص النتائج ، فعند وصف عينة بحث، فإننا نحللها إلى الجنس، والسلالة، والعمر، والدين ، والدخل، والتعليم .

ويقوم الباحث بعد ذلك بتصنيف البيانات ، أى بوضع كل فرد فى فئة خاصة به ، بحيث يسهل معرفته وتميزه عن غيره ، وبمعنى آخر فالتصنيف هو وضع المشاهدات المتشابهة فى مجموعات ، بحيث تشترك المشاهدات فى داخل مجموعة معينة فى خاصية تميزها عن المشاهدات فى المجموعات الأخرى .

ويأتى بعد ذلك دور التبويب ويقصد به وضع البيانات فى شكل جداول إحصائية مبسطة، وفى شكل رسومات بيانية .ويقوم الباحث بعد ذلك بتفسير الظواهر أى تعليلها، وتعيين مختلف الشروط التى تسبق الظاهرة وتصاحبها — أى إيجاد العلاقة والارتباط بين الأحداث ، والتى تقوم على إرتباط بين السبب والمسبب .

ويخرج الباحث بعد ذلك بنتائج بحثه ، وهى ترتب ترتيبا منطقيا — أى توضع فى شكل قضايا منسقة مبنى ثانيها على أولها ، وثالثها على ثانيها . وفى ضوء هذا يكوَن الباحث قد كوَّن رأيا عن الظاهرة ويصوغ هذا فى جملة قصيرة تتسم بالتعميم العلمى. ومثل هذا يقال له " قانون أو " نظرية " ، وهو يعبر عن علاقة بين متغيرين أو أكثر . ويمكننا من التنبؤ بالمستقبل .

وباقى أخيرا دور التوصيات والمقترحات ، وهى التى تبنى على النتائج التى توصل إليها الباحث .

الفصل الخامس

الجمهور والرأى العام

الجمهور :

تحتاج المنشآت صغيرها وكبيرها إلى ثقة الجمهور ، ومن هنا نرى أن المنشآت على إختلاف نشاطها فى حاجة إلى تعرف آراء الجمهور ، ومده بالمعلومات لكسب ثقته وتأييده ، ويتطلب هذا دراسة الجمهور دراسة وافية .

ولكن من هو الجمهور ؟ وكيف يتحد الناس فى جماعات صغيرة ووحدات كبيرة تعبر عن رأيها ؟ وما هى اهميته بالنسبة لواضعى برامج العلاقات العامة ؟

الجمهور فى نظر خبراء العلاقات العامة جماعة من أفراد تقع فى محيط نشاط منشأة أو مؤسسة معينة تؤثر عليها وتتأثر بها، وتتسم بطابع مميز ، وينمو بين أفرادها مجموعة من الشعارات والرموز ، ويوجد بينهم مصالح متشابهة ، ويربط بينهم روابط معينة ، وكلما ازدادت هذه الروابط توثقا كانت الجماعة أكثر تجانسا .

ويختلف الجمهور فى حجمه وتكوينه حسب طبيعة المشكلة التى تعالجها ، فقد يكون صغيرا فى بعض الأحيان ، وقد يكون كبيرا. فالجماعة الخاصة بمؤسسة تربوية جماهيرها واسعة النطاق قوامها الطلاب الحاليون والسابقون وطلاب المستقبل واولياء الأمور ، وجماهير من المؤسسات التربوية التى لها صلة بالمؤسسات والهيئات الرسمية ذات الصلة بها ومحرروا الصحف ومذيعوا محطات الإذاعة والتليفزيون وهكذا يتسع جمهورها .

وينتمى المهندسون إلى جماعة متجانسة تعمل فى نفس المهنة ، وإذا كان أحدهم متخصصا فى الهندسة السمعية ، فهو ينتمى إلى جماعة فرعية تنطوى تحت جماعة أكثر اتساعا وهى جماعة المهندسين .

ويختلف الجمهور حسب الخصائص السكانية – العمر ، حيث ينقسم الناس إلى فئات عمرية مختلفة ، ويمكن أن يوجه برنامج العلاقات العامة إلى فئة دون أخرى ، كما يختلف الجمهور حسب الجنس، حيث ينقسم إلى ذكور وإناث، وينقسم كل

منهم إلى متزوجين ، وغير متزوجين ، مطلقين ، وأرامل . وسكان العقارات ينقسمون إلى ملاك ومستأجرين . كما ينقسم الناس غلى راكبي دراجات وراكبي سيارات ، وراكبي ترام ، وأتوبيس ، ومشاة . والبرنامج السياسي قد يكون عاما لكل الناس ، وقد يكون خاصا بمن ينتمون إلى حزب سياسي معين وهناك البيض والزنوج [1]

كما ينقسم الجمهور إلى جمهور قومي وجمهور محلي. وينقسم كذلك إلى جمهور داخلي وجمهور خارجي. ويتكون الجمهور الداخلي من الأفراد الذين يعملون فى خدمة المنشاة مثل مجلس الإدارة ، والرؤساء ، والموظفين والعمال .وهذه أول فئة يجب دراستها وتحسين علاقة المنشأة بها وتوطيدها .

أما الجمهور الجمهور الخارجي فإنه ينقسم إلى فئات كثيرة منها الجمهور بصفة عامة The General Public ، وجمهور المستهلكين ، وجمهور المساهمين ، وجمهور الصحافة، وجمهور الموزعين .. الخ . وفى ضوء هذا يتضح أهمية تحديد الجمهور تحديدا واضحا فى كل مرة تقوم فيها بدراسة مشكلات معينة .

الرأى العام :

تمهيد :

الرأى العام هو المادة الخام الذى تعمل فيه العلاقات العامة ، وحيث تسعى العلاقات العامة دوما لاعلى تنميته سواء فيما يتعلق بالنظم الإجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية ، كما تعمل على دراسته وتحليله ، ومعرفة طبيعته ، وكيفية تكوينها ، وطرق التأثير فيها ولعل أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب ، واعتبار الرأى العام الفيصل النهائى فى الشئون العامة من سياسية واقتصادية واجتماعية . ومع أن للرأى العام وجود معنوى لانراه ، فان ذلك لا ينقص سيئا من قوته ، شأنه فى ذلك شأن الضغط الجوى الذى لا نراه ولكنه موجود .

---

1 – See Charles S.Steinberg .op .cit .p .44
And See here Jones , op .cit .pp .35 -36

تعريف الرأى العام :

بالرغم من أن مصطلح الرأى العام لم يستخدم بهذا المسمى إلا فى أواخر القرن الثامن عشر ، نتيجة لظهور الجماهير الغفيرة بسبب النمو السكانى السريع حينذاك ، فأن المناقشات القديمة المتعلقة بالرأى العام لا تختلف كثيرا عن المناقشات الحديثة من حيث إدراك مدى النفوذ الذى يفرضه الرأى العام على تصرفات الإنسان وحياته اليومية ، فقد سماها مونتسكيو " العقل العام Espirit General ، وسماها روسو الإدارة العامة Volonte Generale أما الاختلاف الوحيد بين المناقشات القديمة والمناقشات الحديثة فى هذا الصدد فهو ذلك الذى يتعلق بإدراك مدى النفوذ الذى يفرضه الرأى العام على تصرفات الساسة والفلاسفة[1] .

وقد صبغه العلامة تارد Tard [2] بصبغة فردية ، واعتبره محض تقليد . ففى كل مجتع من المجتمعات أفراد يمتازون بمواهب خاصة وقدرة على الإبتكار والتجديد .. فتسرى موجة بين أفراد المجتمع الاخرين نحو تقليد هؤلاء الأفراد النابهين وهكذا يتكون الرأى العام .

ويؤخذ على هذه النظرية الآتى :-

1- أنها تغفل الجانب الروحى ، فناك إتصال روحى بين أفراد المجتمع هو اساس تضامنهم .

2- لا يعتمد الرأى فى تكوينه على التقليد والمحاكاة ، بل على وسائل أخرى هى مكونات الرأى العام كالصحافة ،والخطابة ، والإذاعة ، والخطابة ..الخ .

3- الظاهرات الاجتماعية يفسر بعضها البعض الآخر، أى تفسر بظواهر إجتماعية أخرى، ولا يجوز تفسيرها بعوامل نفسية أو حيوية. وعلى هذا فلا يجوز تفسير ظاهرة القيادة بتفسيرات نفسية كالتقليد وخلافه .

1- انظر د. محمد عبد القادر حاتم . الرأى العام وتأثيره بالإعلام والدعاية ص 12 .

2-د. أحمد الخشاب د. كرم حبيب برسوم . علم الاجتماع – الجزء الثانى ص ص 138 – 139 .

وعرف ماكينون W.A.Mackinon (1828) الرأى العام بأنه رأى فى موضوع ما يضمره الأشخاص المتميزون بالذكاء وحسن الخلق ، وهو يتسم بالانتشار التدريجى فيقتنيه كل الناس تقريبا حتى لو تباينوا فى مستواهم التعليمى.أما لاويل L.A.Lawell فيعرف الرأى العام بأنه قبول لواحدة أو أثنين أو أكثر من وجهات نظر متضاربة يقبلها العقل والمنطق باعتبارها حقيقة[1].

ويرى كولى [2]: أن الرأى العام لن يكون تجمع لأحكام فردية مختلفة ، ولكنه تنظيم تعاونى يتم عن طريق الإتصال والتأثير المتبادل والمشترك ، وربما يختلف الرأى العام عن افتراض أن الأفراد ربما يكونون فى تفكير معين كأفراد منفصل لواحد منهم عن الاخر، بيد أن هذا يتلاشى حين نرى أن الرأى العام بمثابة سفينة تبنى عن طريق مئات من الرجال لا يستطيع واحد بعينه بنائها على انفراد.

اما ليونارد دوب Leonard Dob[3]، فيرى أن الرأى العام يعنى اتجاهات ومواقف الناس ازاء موضوع يشغل بالهم بشرط أن تكون هذه الجماهير فى مستوى اجتماعى واحد.

وصبغ جنزبرج Ginsberg [4] ' الرأى العام بصبغة إجتماعية ، ففى رأيه أن الرأى العام رغبة مبهمة تسود المجتمع وتهدف إلى المحافظة على كيان المجتمع . فهو ظاهرة إجتماعية ، وينتج تلقائيا من تفاعل مجموعة الآراء المختلفة التى تسود بين أفراد المجتمع ، وتتبلور فى شكل موضوعات معينة .

وهكذا يختلف الرأى العام عن الرأى الخاص ، فالرأى العام هو رأى الجماعة ، أما ارای الخاص فهو رأى فرد .

1- William Bentom (publisher) . Encyclopaedia Britannica .p.831

2-د. غريب سيد احمد . المدخل فى دراسة الجماعات الإجتماعية ص 171 .

3- د . حسين محمد على . العلاقات العامة فى المؤسسات الصناعية ص 35 .

4 د. أحمد الخشاب د. كرم حبيب برسوم . المرجع السابق ص 139 .

وعرفه البيج Albig بأنه ثمرة تفاعل الآراء والأفكار داخل أى جماعة من الناس.
وعرفه جيمس برايس فى كتابه الديموقراطية الحديثة ، بأنه :اصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموع الآراء الذين يدين بها الناس إزاء المسائل التى تؤثر فى مصالحهم العامة والخاصة [1]

وجملة القول فالرأى العام إنما يعبر عن آراء الجماهير بعد المناقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس اتجاها إنفعاليا يصدر من جمهور الدهماء التى تجتمع اجتماعا مؤقتا، وإنما هو حكم عقلى يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء Togetherness ، ويرتبطون بمصالح مشتركة – إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات ، أو مسالة من المسائل التى يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية .

والرأى العام ليس مجرد رد فعل بسيط أساسه العرف والتقاليد ، بل على العكس من ذلك قد ينطوى على الخروج على التقاليد . فهناك وعى وتفكير للمشكلات . فالجماعة – مثلا – قد تواجه بمشكلة من المشكلات تتطلب حلا . وتتصل برغبات الجمهور وحاجاته ، فيهب القادة لتحديد المشكلة وإلقاء الضوء عليها ، واقتراح ما يرونه لحلها .

ويعلن المختصون والمعنيون بالأمر ملخص خبراقم ومعلوماقم ، ثم يدور النقاش الحر من كل جانب ، وفى كل مكان ، وتمتزج الأفكار بالعواطف ، وتختلط التحيزات بالحقائق ، وتتصارع المصالح والمبادئ ، وتصدر الأحكام المختلفة . ويكون الرأى النهائى للجماعة هو حصيلة الاحتكاك بين هذه القوى جميعها بما فيها من أفكار محافظة وأخرى تقدمية. وهكذا تعبر الجماعة عن رأيها العام. وعلى أساس هذه الأحكام ومدى صحتها ولياقتها يرجى للجماعة أن تبقى وتعيش. اما إذا كانت هذه الأحكام الجماعية قاصرة فاشلة فإنها تصبح معاول هدم وفناء للجماعة [2].

1- د . محمد محمود الجوهرى . العلاقات العامة فى المؤتمرات الدولية ص 155
2-د. إبراهيم إمام – العلاقات العامة والمجتمع ص ص 172 -173 .

ولما كان من الصعوبة بمكان اتفاق جميع الناس على موضوع ما أو مسالة من المسائل ، فإنه يمكن القول أن الرأى العام هو رأى الأغلبية Majority ونموذج معين من الفكر والقول يعم ويسود على النماذج الأخرى. وتتضمن فكرة الرأى العام مع ذلك أن ثمة رأيا متفق عليه من غالبية الأفراد، وهو ما يسمى بالرأى الغالب، وليس معنى ذلك أن لا تكون هناك آراء متعددة للأقليات Minority Opinion، وتلك الآراء الخاصة لاتعوق أن تطلق على الرأى السائد لدى معظم هذه الجماعات والجماعات الفرعية رأيا عاما. حيث لايوجد رأيا عاما بطريقة مطلقة أو عامة ، ولكنه الحد الأقصى لمجموع الآراء [1]

وقد يظل الرأى العام كامن غير ظاهر لأسباب سياسية أو إجتماعية ، ولكنه لا يلبث أن يظهر بشكل انفجار عندما تزول الأسباب المعوقة لظهوره [2].

مكونات الراى العام :

الواقع أن عملية تكوين الرأى العام من العمليات المعقدة التى تمتد جذورها فى مجالات مختلفة. ويتكون الرأى العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل الفسيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية التداخلة بحيث يمارس كل منها أثرها فى تكوين الرأى العام . وهذه العوامل هى :

أولا: العومل الفسيولوجية والوظيفية :

هناك سمات جسمية تؤثر فى عقلية الفرد وأفكاره ، فالمريض تكون أفكاره عليلة ، وقد تكون نظرته للحياة متشائمة . ومن الدراسات الهامة فى مجال بحث تأثير فصائل الدم ، والعصارات القلوية والحمضية وأثرها على شخصية الإنسان . كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التى عنى بها علماء الجريمة من أمثال لومبروزو بدراستها . وقد أتضح أخيرا أن الغدد الصماء

1-انظر د. غريب سيد أحمد . ديناميات العلاقات الاجتماعية ص ص 137 -138 .

& See Daniel Katz & others. Public Opinion and Propaganda , p.3.

2- د. إبراهيم إمام . الإعلام والإتصال بالجماهير ص 308 .

وما تفرزه من هرمونات تؤثر تأثيرا مباشرا على نفسية الفرد ، فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية – مثلا – يصبح الفرد متوترا وقليل الاستمرار وسريع الغضب.

ثانيا : العوامل النفسية :

هناك عوامل نفسية تؤثر فى تصرفات الفرد وفى سلوكه ، فقد يكون الإنسان متصفا بالجبن لأن غريزة الخوف قوية لديه ، او انه لم يكتسب بعد صفات التسامى والإعلاء Sublimation. وينطبق نفس القول بالنسبة لغرائز أخرى كالغريزة الجنسية أو حب الاستطلاع أو السيطرة أو غيرها . وتلعب الأهواء دورا بالغ الأهمية فى بلورة الرأى العام، وذلك حسب الظروف السائدة . ففى غمرة الحب – مثلا – يتقبل الناس آراء، ويعتقدون فى صحتها وأهميتها، بينما يشكون فيها فى وقت السلم، أى فى الظروف العادية. وحتى فى الأحوال العادية يتاثر الرأى العام بأفكار لاشعورية دون أن يعرف الناس. فاللاشعور يؤثر فى توجيه افكارنا وآرائنا بصدد عمل أو حادثة أو فكرة وذلك تبعا لخبراتنا السابقة لما مر بنا من انفعالات وصدمات[1].

ثالثا : الثقافة : Culture :

وهى تمثل مجموعة العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التى تنظم حياة الإنسان داخل البيئة التى يعيش فيها ، فأفكار الشخص الذى نشأ فى بيئة مترفة غير أفكار شخص نشأ فى بيئة مغيرة . وللعادات المكتسبة أثناء عملية التنشئة الإجتماعية المختلفة لها أثرها على ما يصدره الفرد من أحكام ، ومما لاشك فيه أن الدين والتعليم والعادات المكتسبة تؤثر فى نفسية الفرد وما يصدر عنه من أفكار وآراء . ويتأثر الرأى العام تأثيرا شديدا باتجاهات الجماعات الأولية وقيمها . ويبدو ذلك فى رفض المصريين – مثلا – قبول الهزيمة فى أحلك الأيام مرت بتاريخ بلادهم بعد نكسة يونيو 1976 ، وخرجوا بدافع من قيمهم وتقاليدهم الدينية والوطنية والسياسية والعائلية يومى 10،9 يونيو عام 1967، يعلنون فى قوة عدم استسلامهم لليأس ، واستعدادهم

1- د. غريب سيد احمد . ديناميات العلاقات العامة ص ص148 – 150

لمواصلة النضال . كذلك فعل العرب فى كل مكان بدافع قيمهم الوطنية والشرف والإيمان السياسى والإنسانى ، وبرزت المقاومة العربية ، واشتد عودها وما لبثت أن ايقظت الرأى العام العالمى نفسه .

ومن ناحية اخرى فإن زيادة ثقة المجتمع وانخفاض نسبة الأمية تساعد على تكوين رأى عام. كما ان الإنسان العادى بمعتقداته الراسخة –دينيا وسياسيا وإقتصاديا – لايمكن أن يتقبل أى مناشدة دعائية تتعارض مع معتقداته .وقد فطنت أجهزة الدعاية إلى خطورة وجود الجماعات ذات النزعات العنصرية والسياسية والدينية فى إثارة الانفعالات الجماهيرية ، وتهييج الخواطر والترويج لأفكار معينة ، فأخذت تستغلها فى نطاق واسع فى الإعلام والثقافة والاتصال الشخصى عن طريق النكت .

وليس غريبا أن يشب الطفل المولود فى روسيا شيوعياً ، ويشب الطفل المولود فى أمريكا ميالاً إلى النظم الرأسمالية والنشاط الاقتصادى غير الموجه ، ولا غرابة أن نجد الزنوج كسالى ، والعرب متخلفين ، والايطاليين مجرمين ، واليهود ماكرين بخلاء وجبناء ، والأيرلنديين منحرفين حالمين . والإنسان الأبيض منصف عظيما ، الإنسان الملون حقيرا مهضوم الحق .

وهكذا فإن الثقافة تعد من أخطر العوامل المؤثرة فى الرأى العام تجاه موضوع معين. ومثال ذلك أن كراهية الأمريكيين البيض للزنوج كانت نتيجة عناصر ثقافية خضعوا لها فى الماضى ، حيث ظروف الثقافة التى يتعرض لها الطفل الأمريكى تكسبه الاتجاه العدائى ضد الزنوج .

رابعا : النسق السياسى :

تسمح الديموقراطية بذيوع وانتشار الرأى العام ، ولا تعمل هيئات فى الخفاء . كما تعمل الديموقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الرأى بين افراد المجتمع ، وذلك على عكس ما هو موجود فى ظل الديكتاتورية . وبالإضافة إلى ذلك فان الحريات العامة ، وهى حرية الرأى ، وحرية الصحافة ، والكتابة ، وحرية الاجتماع ، وحرية العمل وغيرها تعد من مكونات الرأى العام .

ويعتبر وجود رجال الأعمال والقادة الذين يتميزون بالقدرة على التأثير على الآخرين من العوامل الهامة فى تكوين الرأى العام ، وذلك لما يتميزون به من قدرة على معرفة الرأى العام ، ومعرفة مشاعر وأحاسيس الجمهور . وحينما تتوفر ثقة الجماهير فى القائد ، فإنه يصبح أداة قوية وفعالة فى تغيير اتجاهات الحماهير والتأثير فيهم ، وتكوين الرأى العام الذى يؤيد القضايا التى يدعو إليها .

خامسا : الاحداث والمشكلات :

تعتبر الحوادث والمشكلات والأزمات التى يتعرض لها مجتمع معين من العوامل الهامة التى تعمل على تكوين اتجاهات جديدة للرأى العام فمهما قيل عن عبقرية جوبلز ، فالحقيقة أنه لا هتلر ، ولا حوبلز ، ولا غيرها من الدعاة والعباقرة كانوا يستطيعون تحويل ألمانيا الى النازية دون اعتماد على الأزمة الأقتصادية ، والشعور بالقلق وعدم الأمن بين صفوف الشعب الألمانى فالتغيير الثورى ليس حركة فجائية تحدث فى فراغ ، ولكنه تعبير عن ظروف موضوعية ، وأحداث سياسية وإقتصادية واقعية ، ولهذه الأسباب نجحت الثورة الشيوعية فى الاتحاد السوفيتى وأمكن صياغة الوعى الجديدبين طبقة البروليتاريا . ولم يكن إتجاه الصين الشعبية إلى الشيوعية نتيجة الدعاية أو التعاليم الماركسية وحدها ، ولكن حكم تشانج كاى تشيك الفاسد ، وظروف البلاد المتردية خلقت حالة من عدم الرضا ، استغلها الدعاة استغلالا طيبا ، فنجحت الثورة . وقد يكون الرأى العام مؤقتا كالذى يحدث نتيجة مشكلة بين أصحاب العمل والعمال عند مناقشة الأجور مثلا ، ففى هذه الحالة يزول الرأى العام بزوال المشكلة .

سادسا : الاعلام والدعاية :

الاعلام هو العمليات التى يترتب عليها نشر المعلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة ، واحترام لقول الجماهير وتكوين الرأى العام عن طريق تنويره . أما الدعاية فهى العمليات التى تحاول تكوين رأى عام عن طريق التأثير فى شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجآتهم بالأخبار والتهويل فيها

وتقديم الوعود الكاذبة . ومن هنا فإن كلا من الإعلام والدعاية ووسائل الاتصال من صحافة وإذاعة وسينما ومسرح واجتماعات عامة تعد قوة إيجابية فعالة لها تأثيرها الناجح فى تكوين الرأى العام ، فالدعاية قد عجلت من هزيمة الألمان فى الحربين العالميتين ، كما تلجأ بعض أجهزة الدعاية السياسية إلى جعل بعض الجماعات الثانوية كالاتجاهات المهنية ، واتحادات الطلاب ، والمحافل الماسونية ، والجمعيات الدينية ، منافذ أو مسارب تسرى فيها الدعاية الحربية ،وتفرز إتجاهات.

سابعا : الشائعات :

وهذه الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التى يتبادلها الناس ويتناقلونها دون التثبت من صحتها أو التحقق من صدقها.ويميل كثير من الناس إلى تصديق ما يسمعونه ثم يأخذون فى ترديده ونقله،وقد يضيفون إليه بعض التفصيلات الجديدة[1].

درجات / أنواع الراى العام :

ينقسم الرأى العام إلى درجات ،فهناك من يرى أنه ينقسم إلى :

1- الرأى العام المسيطر
2- الرأى العام المستنير أو القارئ
3- الرأى العام المنقاد

والأول هو رأى القادة والزعماء والحكومات فى أغلب الأحيان ، والثانى رأى الطبقة المثقفة فى الأمة ، وهى الطبقة القادرة على الدرس والمناقشة ، والثالثة رأى السواد الأعظم من الشعب ممن لايستطيعون متابعة البحث أو الدرس. ومن الباحثين من رأى أنه ثلاثة أنواع ، ولكنه حددها على النحو التالى :

1- الرأى العام الكلى .
2- الرأى العام المؤقت .
3- الرأى العام المنقاد .

1- أحمد عسكر وآخرون . المرجع السابق ص 62 .

والأول يتصل إتصالا قويا بالدين ، والأخلاق العامة ،والعادات والتقاليد وغيرها من الأشياء الثابتة فى الأمة ، ويمتاز هذا النوع بالثبوت ويشترك فيه السواد الأعظم من الناس. والثانى ما تمثله الأحزاب السياسية والهيئات العامة والخاصة ، وذلك عندما تسعى لتحقيق هدف معين . والثالث هو النوع المتقلب كتقلب الجو، وعليه تعيش الصحف اليومية والإذاعة .

وقد رأى فريق آخر من الباحثين أن الرأى العام أربعة أنواع أجملها فى الآتى:

1- رأى الأغلبية .

2- رأى الأقليات .

3- الرأى الساحق .

4- الرأى الجامع .

فالرأى الأول هو رأى الجماعة حين ينقسم إلى هذين القسمين : أغلبية وأقلية . وقدتتحول الأولى إلى الثانية ، وقد يحدث العكس . ومن أجل هذا كان لرأى الأقلية وزن كبير فى الأمة. وذلك أن أصحاب الأقلية إنما يعتمدون على بذل الجهود الكثيرة فى سبيل الوصول إلى الأغلبية ، وبهذه الجهود تنتفع الأمة ، أما الرأى الثانى فهو رأى الأقليات الكثيرة حين تتفق أحيانا مع رأى معين فى ظرف معين، وهدف معين . ولكن قد يفضى هذا النوع من الرأى بالأمة إلى التحول السريع من اقصى اليمين إلى أقصى اليسار، ومن أجله قد تسقط وزارة ويعقبها أخرى ، ويستمر الحال هكذا حتى تتمكن إحدى الأقليت من أن تصبح أغلبية .. أما الثالث فكثيرا ما يكون نتيجة لإندفاع الشعب ، أو نتيجة لتكاسله فى بحث المشكلات العامة ، فالشعب إذا وصل إلى الرأى الساحق عن طريق البحث أو الدرس فإنه يكون فى مثل هذه الحالة قد بلغ الذروة ، ولكنه فى الواقع قلما يصل إلى ذلك . والرابع هو الرأى الذى تجمع عليه الأمة وما ورثته من عادات ونزعات ومعتقدات ، وهذا الرأى هو مايسمى بالإتجاه العام أو النزعة العامة ، وهو شئ لايناقش فى العادة ، وإذا تعرض أحد لمناقشة عرض نفسه للخطر المحدق ، ومع هذا يستطيع عدد قليل من القادة فى كل أمة أن يقنعوا

أمتهم بفساد جزء من أجزاء هذا الرأى الجامع ، بشرط ألا يمس هذا الجزء أصلا من أصول الدين او العقيدة ، فمثلا يمكن أن ينادى مصلح من المصلحين فى أمريكا بفساد فكرة التمييز بين السود والبيض ، وإن كان ذلك يحتاج من مثله إلى صبر طويل وكفاح مرير وعمل متواصل [1] .

ويرى البعض أن الرأى العام ينقسم إلى درجات هى :

1- موفقة إجتماعية .

2- موفقة عن طريق التراضى .

3- موافقة عم طريق التصويت .

4- موافقة عن طريق الضغط .

أما الموافقة الإجتماعية فهى لا تحدث إلا بين أفراد بعض الهيئات الخاصة، كما يحدث غالبا بين جمهرة العلماء نحو اكتشاف معين أو اختراع جديد، أو كاتفاق أفراد قبيلة ما على موضوع يخصهم وذلك لصغر حجم المجتمع القبلى . وهذه الدرجة من الرأى العام نادرا ماتحدث فى المجتمعات المتقدمة نظرا لتشعب الآراء والأفكار وكثرة السكان .

وفى الرأى العام عن طريق التراضى يتنازل كل فريق عن جزء من رأيه نحو موضوع معين مع علمه التام بصواب رأيه وذلك فى سبيل الوصول إلى رأى واحد، وحل مشكلة هذا الموضوع على أية صورة كما يحدث بصدد الشئون الاقتصادية .

والرأى العام عن طريق التصويت ، أى الأغلبية الذى يسود، وهذه الدرجة من الرأى العام ينتج عنها كبت وآراء خفية معارضة قد تؤدى إلى عدم استقرار المجتمع .

وقد يجئ الرأى العام عن طريق الضغط كأن يضغط قائد الجماعة على أفراد جماعته ويحملهم على قبول رأى معين ، وهذه الدرجة أقل درجات الرأى العام دواما،

1- د. محمد محمود الجوهرى . العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام ص ص 150- 160 .

ولا يعتبر هذا النوع رأيا عاما بالمعنى الصحيح ، إذ أنه مبنى على الكبت والضغط ، لا على حرية الفكر والرأى [1].

ويقسم البعض الرأى العام إلى الاتى :-

1- الرأى العام الظاهر × الرأى العام الباطن .

2- الرأى العام الثابت × الرأى العام المتغير .

والرأى العام الظاهر هو تعبير مجموعة من الناس عن اتجاهاتهم وآرائها، إزاء مشكلة تعبيرا صريحا بحيث تتوافر الحرية ولا يخشى الناس أن يعبروا عن آرائهم بصراحة. والرأى العام الباطن أو غير الظاهر، وهو عكس الأول ، أى الرأى العام غير المعبر عنه لأن أفراد الجماعة يخشون التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم ، لأنها ضد القانون أو المعايير الإجتماعية المتعارف عليها .

والرأى العام الثابت هو المستمد من العادات والتقاليد .أما المتغير فهو الذى يتكون نتيجة الحملات الإعلانية والترويجية والاعلامية والدعائية ، إلا أننا يجب أن نلاحظ أن الثبات والتغير مسألة نسبية ، ففى حين تتغير العادات والتقاليد بمضى الزمن إلا أن للتغيير دورا طويلا . كذلك الرأى العام المبنى على حملات الإعلان والترويج يمكن أن يظل ثابتا لمدة طويلة ، باستمرار الحملات الموجهة إلى الأفراد [2]

1-د. أحمد الخشاب ود. كرم حبيب برسوم . المرجع السابق ص 136.

2-د. محمد حسن محمد خير الدين . العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية ص ص 71-72.

الفصل السادس
الإعلام ووسائل الاتصال

يخلط بعض الباحثين بين مصطلح الإعلام ، ومصطلح المعلومات ، باعتبار أن المعلومات هي المادة الخام للإعلام ، وأن الإعلام عمية تنطوي على مجموعة من أوجه النشاط من بينها تفاعل المعلومات وتداولها .

ويخلط البعض بين الدعاية Propaganda والإعلام . ومرد هذا الخلط إلى اتحادهما في الهدف وهو الاتصال بالرأي العام ، ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه . ومع ذلك تختلف أهدافها ومسكلها ، فبينما يقوم الإعلام على الوضوح والصراحة والصدق والأمانة ودقة الأخبار ، حيث أنه يذكر حقائق بعضها سار وبعضها غير سار، وهو يهتم بذكر مصادر المعلومات ، ويعمل على خدمة الصالح العام . أما الدعاية فقد دأبت على التهويل والمبالغة ، وهي ليست في حاجة إلى ذكر المصدر .

وهكذا إذا كان الإعلام يقوم على المناقشة والحوار والاقناع ، فإن الدعاية تقوم أساسا على الاستمالة والإغراء والسيطرة على النفس البشرية عن طريق تزيين ما تريد أن تزينه أوتشويه ما تريد أن تشوهه ، فالإعلام يترع نزعة ديموقراطية ، أما الدعاية فتترع نزعة استبدادية بطبيعتها . ولم يكن من قبيل المصادفة أن تصدر النظرات الأولى للدعاية مع تطبيقاها المبكرة عن لينين في الاتحاد السوفيتي ، وعن هتلر في ألمانيا النازية [1] .

وهناك فرق جوهري بين الدعاية والإعلام فالدعاية تشتغل سذاجة الجماهير وتؤثر في غرائزها وانفعالاها بأساليب الإيحاء والاستهواء المختلفة ، بغرض السيطرة على الرأي بما يخدم أهداف الداعية ، ودون أن يتنبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار واعتناق هذه الآراء والاتجاهات والمعتقدات ، ودون أن يبحث عن الجوانب المنطقية لها . أما الإعلام فيخاطب العقل لا الغرائز ، ويقوم على التنوير والتثقيف .كذلك من الخطأ القول أن الإعلام هو العلاقة العامة ، ذلك أن الإعلام لا

---

1 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع ص ص 217 – 219 .

يعدو أن يكون وظيفة من وظائف العلاقات العامة ، وأداة أو وسيلة لتحقيق برنامج العلاقات العامة وأهدافها . ولا يشغل الإعلام الجانب الأكبر من نشاط العلاقات العامة، كما يظن أولئك الذين يسرفون في إصدار النشرات والكتب والمجلات والأفلام وغيرها من وسائل الإعلام .

وفي ضوء هذا – ما هو الإعلام ؟

الإعلام هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة ، والأفكار والآراء، والإسهام في تنوير الرأي العام ، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور أو جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية في الوقائع والقضايا والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة، وبحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، وذلك باستخدام وسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمعارض والحفلات وغيرها ، وذلك بغية التفاهم والإقناع والتأييد .

وبذلك يمكن ربط الهيئة والمؤسسة بالمجتمع والجماهير ، والوصول إلى التكيف والإنسجام المنشودين بين سائر جماهير المجتمع .

وقد عرف العالم الألماني "أوتوجراف" [1] الإعلام بأنه : التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت والمقصود بموضوعية الإعلام أنه ليس تعبيراً ذاتياً من رجل الإعلام ، فدوره في المجال الإعلام يختلف عن دور الأديب أو الفنان ، إذ يعتمد التعبير الموضوعي على الحقائق والأرقام والإحصائيات .

المبادئ الاساسية للإعلام :

تمتاز وسائل الإعلام بانتشارها وتغطيتها ، إذ أنها تصل إلى كل بيت في المجتمع . وهناك شبه اتفاق لا يختلف عليه أحد تقريبا في أساسيات العمل الإعلامي ، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها . وهي : –

---

1 – انظر : د. عبد اللطيف حمزة ، الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، ص 23 . وانظر : محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية ص 51 .

1- الجانب الإنساني والاهتمام بالإنسان :

فالإنسان هو هدف البرنامج الإعلامي سواء كان مواطنا في مجتمع أو عضوا في جماعة ، أي أن الإنسان هو المستهدف في هذه البرامج سواء لتغيير اتجاهاته وتعديلها أو تصحيح أفكاره ، أو تكوين اتجاهات جديدة .

لذلك يجب أن تكون رفاهية الإنسان وصالحه العام هو الهدف الأسمى الذي تسعى إليه برامج الإعلام بحيث تدرك الجماهير أن ما يقدم من معلومات وحقائق لهم إنما تعني وتتضمن النفع والفوائد التي تعود عليهم وعلى مجتمعهم بالدرجة الأولى .

2- مناسبة الوسائل الإعلامية المستخدمة للجماهير :

يستلزم ضرورة التأكد من ملاءمة الوسيلة الإعلامية لجمهور معين دون الآخر . ومثال ذلك قد لا تفيد رسالة إعلامية مكتوبة لجمهور من الناس غير ملم بالقراءة والكتابة ، بل الأفضل استخدام عرض سينمائي مثلا .

3- مناسبة الوسائل الإعلامية المستخدمة للجماهير :

ولنجاح الرسالة الإعلامية يجب تناسب الرسالة الإعلامية السنوية المتنوعة سواء على المجتمع القومي أو المجتمع المحلي ، أو على مستوى منظمات أو جماعات . وذلك من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي ، والمستوى الاقتصادي ، حتى يمكن أن تصل إلى الهدف التي تسعى إلى تحقيقه من خلال البرامج الإعلامية .

4- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية :

لابد وأن يراعي في نشر الرسالة الإعلامية وإذاعتها ، الوقت المناسب لمن توجه إليهم ، وعلى سبيل المثال قد لا تعطي الرسالة الإعلامية هدفها أثناء العمل الذهني أو اليدوي لمجموعة من الأفراد ، فقد لا تجدي الرسالة الإعلامية في مثل هذه الظروف[1].

---

1 – محي محمود حسن وسمير حسن منصور ، المرجع السابق ، ص ص 51 – 52 .

5- صدق ووضوح الرسالة الإعلامية :

ولنجاح الرسالة الإعلامية يجب أن تتصف بالصدق والوضوع والدقة والصراحة والبساطة . وأن تتجرد من الذاتية ، وتتحلى بالموضوعية ، مدعمة بالأرقام والاحصاءات ، وذلك حتى لا يترك مجالا للتساؤل حول نقطة أو شرح لفظ معين .

6- الاعتماد الناجح على المصادر الموثوق بها :

الإعلام الناجح هو الذي يعتمد على المصادر موضوع الثقة التامة لدى الجماهير ، لأن المعلومات مهما بلغت من أهمية لا تكتب لها النجاح إذا كان مصدرها غير موثوق في صدقه . بل يجب على المصدر أن يمتلك القدرة على الإنتاج والتأثير.

7- الجمهور الموجه إليه الرسالة :

يجب أن يعبر البرنامج الإعلامي عن الجمهور الذي يوجه إليه الإعلام ، وعلى أن يبدأ بجمهور المؤسسة الإعلامية حتى يتعرف الجميع على أهداف وأغراض هذه المادة الإعلامية ، وحتى يكونوا دعاة لهذه البرامج خارج نطاق المؤسسة من جانب ، وتثبيت الثقة والولاء والانتماء إلى المؤسسة التي يعملون بها.

8- العلاقة المتبادلة بين المؤسسة والجماهير :

فالبرنامج الإعلامي الناجح هو الذي يقوم على تبادل العلاقة بين طرفي الإعلام سواء المؤسسة التي تقوم بنشر البرامج الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق الهدف من الرسالة الإعلامية ، أو من الجماهير التي بدورها المستقبل لهذه البرامج ، بل يجب أن يكون لرد فعل الجماهير وآرائهم ، ومقترحاتهم أثر في تعديل وتغيير البرنامج الإعلامي مستقبلا حتى يتناسب مع هذه الجماهير .

9- التكرار وتأكيد المكاسب :

إن تكرار المادة الإعلامية شرط ضروري لنجاح البرنامج الإعلامي بحيث لا يكون هذا التكرار مملا ، بل يمكن أن تعرض الرسالة الإعلامية في أشكال وطرق مختلفة بأسلوب مشوق يحوز على جذب وانتباه الجماهير .

10- دور القيادات في المجتمع :

لا بد أن تلعب القيادة دورها في تبني أفكار المادة الإعلامية بعد التأكد من صدقها، وتعمل على ذيوعها ، وانتشارها في المجتمع . ولما كانت هذه القيادات تحظى بمكانة مرموقة ، ولهم قوة التأثير على الآخرين ، فلابد من الاهتمام بهم في حمل الرسالة الإعلامية ، والعمل على نشرها ، وذيوعها حتى يتحقق الهدف المطلوب .

11- التقويم :

ويعني التقويم الوقوف على ما أنجزته الحملات الإعلامية من حيث السلبيات التي يجب تلافيها في الحملات المستقبلية ، والإيجابيات التي يجب تأييدها والتمسك بها لنجاح البرنامج الإعلامي ، والتقويم هنا قد يكون بعد كل مرحلة إعلامية ، أو قد يكون بعد انتهاء الحملات الإعلامية . كما يفضل أن يكون هناك تقييم جزئي لجميع المراحل ، وتقييم نهائي لها لضمان الهدف الإعلامي [1] .

تحليل عملية الإعلام :

لاشك أن الإعلام يلعب دوراً خطيراً في العلاقات العامة ، وخاصة عندما نريد أن نزيل بعض الأوهام العالقة بأذهان الجماهير، أو تصحيح بعض المعلومات الخاطئة ، أو تعالج التحيزات الناتجة عن الجهل. ولكننا مع ذلك نؤكد أن الوسائل الإعلامية على أهميتها الكبرى في برامج العلاقات العامة ، إلا أن النشر لا يبغي لذاته ، وإنما هو وسيلة يستغلها الخبراء للتفاهم والإتصال بالجماهير.

وتعتبر عملية الإعلام عملية اتصالية :

مرسل (الإعلامي) ، ومستقبل (الجمهور)، عن طريق وسيلة إعلامية ، (الصحيفة، أو الإذاعة ، أو التليفزيون أو السينما . إلخ) تنتقل بواسطتها الرسالة الإعلامية (في شكل رموز لغوية ومصورة) من طرف لآخر .

---

1 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع ص ص 217 – 219

وتتضمن الرسالة الإعلامية عمليات نفسية كثيرة . فالرسالة الإعلامية (كمثير) لكي يستجيب لها المستقبلون الاستجابة المرجوة لابد وأن تكون شيقة غير مملة تتناسب مع مكونات شخصية الفرد ، وتتفق مع مطالبة الشخصية القومية والمجال النفسي الذي يوجد فيه الفرد والجماعة ، أو الجماعات ، والخبرة وغير ذلك من محددات الاستجابة . كذلك فإن الاستجابة للرسالة الإعلامية تتوقف على ما إذا كانت الرسالة بسيطة أم مركبة، مباشرة أو غير مباشرة ، كافية أو غير كافية واضحة أو غامضة [1] .

وإذا حللنا جميع وسائل الإعلام المختلفة لوجدنا أن العامل المشترك بينها جميعاً هو الرمز ، سواء كان هذا الرمز صورة أو كلمة ، أو إشارة ، أو راية ، أو حركة ، أو غير ذلك فالرمز هو جوهر وسائل الإعلام وعمودها الفقري وبدونه لا يمكن أن تعمل .

ويمتاز الإنسان بأنه الكائن الوحيد الذي يستعمل الرموز للدلالة على المعاني أو التعبير عن عواطفه وأفكاره ، حقيقة أن الحيوان يستطيع أن يتفاهم مع غيره بالحركة والإشارة والنباح أو العواء ، كما هو الحال في ممالك النمل والنحل ، إلا أن الإنسان هو الكائن الحي الوحيد الذي استطاع أن يطور هذه الوظائف العصبية الدنيا باستعمال اللغة وغيرها من الرموز .

ولا شك أن الإنسان الذي طور اللغة من مجرد صراخ أو ضجيج للتعبير عن انفعالات ساذجة كالخوف والفرح والحزن ، إلى ألفاظ تحمل المعاني المختلفة لم يكن ليفعل ذلك إلا بعد تجارب عديدة ، وخبرات طويلة ، اثبتت له أن اللغة هي خير وسيلة للتعامل مع أقرانه ، وللتعرف على البيئة والسيطرة عليها [2] .

---

1 – د. نبيل صادق وآخرين ، المرجع السابق ، ص ص 121 – 123 .

2 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع ، ص 244 .

وسائل الإتصال :

تمهيد :

لا نستطيع في حياتنا ومعاملاتنا اليومية من تجارة وزراعة وصناعة وتعليم وثقافة وإجراءات قانونية وغيرها أن نستغنى عن استخدام وسائل الاتصال ، ولقد قدر البعض أننا نقضي 70٪ من حياتنا مستخدمين وسائل الاتصال ، سواء عن طريق الاستماع ، أو التحدث ، أو القراءة ، أو الكتابة ، وسواء كنا أعضاء في العائلة ، أو المدرسة ، أو النادي ، أو في هيئة دينية ، أو في مصنع ، أو مكتب ، ونجاحنا في هذه الأدوار يعتمد اعتمادا كبيراً على استخدامنا لوسائل الاتصال [1] .

والإنسان لا يحتاج إلى الاتصال فحسب ، ولا يستخدمه فقط ، بل إنه يجده من حوله في كل مكان وفي كل لحظة من لحظات حياته اليومية ، فهو قد يستيقظ في الصباح على صوت الساعة المنبهة أو المذياع أو ربما على صوت أحد ينبهه إلى الاستيقاظ ، وفي كل هذه الحلات فإنه يكون قد تلقى رسالة أو معنى يشير إليه بالإستيقاظ [2] .

والاتصال في المجتمع الحاضر تمثل الاسمنت الذي يحفظ تماسكه فالصرخة الأولى للطفل عند ولادته هي اتصال حيث يقو "أنا حي" . ومن وقتئذ إلى نهاية العمر فإن حركة العين أو الأصبع أو الرأس هي إتصال . ومع أن هذه الرموز لا تأخذ شكل الكلمات الحقيقية، إلا أنها تنقل معنى، أي تقوم بالإخبار أو الإبلاغ بفصاحة[3].

ووسائل الاتصال أدوات هامة لوظيفة العلاقات العامة . فتعرف الناس على أهداف المنظمة وانجازاتها إنما يتم من خلال وسائل الاتصال . والاتصال ضروري لإيصال المعلومات التي تبنى عليها القرارات التي هي أساس الإدارة ، وبدون الإتصال

---

1 – Alan Black, Communications, p.p. 1-2.

2 – د. سامية محمد جابر ، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، النظرية والتطبيق ص 27 .

3 – د. محمد عبدالله عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص 150 .

لن توجد قرارات حيث أنه لازال لإيصال هذه القرارات بعد اتخاذها ، للإدارات المختلفة التي ستقوم بتنفيذها [1] .

ولقد تناولت النظريات الإدراية عبر التاريخ أهمية ودور ووظائف وسائل الإتصال "فتشتر برنارد" "Chester Bernard" (1930) يوجه الأنظار نحو ضرورة تعرف الناس على أهداف المؤسسة . ولكي يتم فلا بد من وجود طريقة توصل بها هذه الأهداف إلى الناس . وبين هربرت سيمون (1950) الدور الهام الذي تقوم به وسائل الاتصال – فبدونها يفتقر المجتمع والمؤسسة إلى التنظيم ، ويخلو المجتمع من وجود جماعة تؤثر في سلوك الأفراد [2] .

ولهذا تسعى إدارات المؤسسات وأقسام المستخدمين فيها إلى تدريب أفرادها على الاتصال مع الآخرين بأسلوب أكثر فاعلية. فالباعة يدربون على الاتصال مع المتعاملين والمستهلكين ، وأفراد قسم المستخدمين يدربون على الاتصال مع وحدات الجيرة في المجتمع المحلي، وفي أي منظمة توجد شبكة من الاتصالات تربط بين أعضائها وتنشر بينهم المعلومات والحقائق والأفكار حتى يكونوا على بينة ودراية بمجريات الأمور فيها. وبالتالي يتوفر لهم المناخ الذي سيساعدهم على أداء أعمالهم بمستوى الكفاءة المطلوبة [3] .

مفهوم الاتصال :

تعددت وجهات نظر العاملين في المهن والمجالات المختلفة عن المقصود بالاتصال ، فكل منهم ينظر إليه بما يتمسى مع مجال عمله والأهداف التي يعمل من أجلها . كما تختلف هذه التعريفات تبعاً لجوانب السلوك الإتصالي التي تكون موضعاً لتأكيده

---

1 – See Robert S.Ross, op,cit. p.1.

وانظر د. عمرو غنايم . ود. على الشرقاوي ، المرجع السابق ، ص 476 .

2 – George E. Berkley, Thje Graft of Public Administration, p.240.

3 – See Robert S.Ross, op,cit. p.1.

وانظر د. عمرو غنايم . ود. على الشرقاوي ، المرجع السابق . ص 476 .

واهتمامه . ومع ذلك فقد أجمع خبراء العلاقات العامة على أن الاتصال طريق مزدوج الاتجاه ، ولذلك فهو أقوى العوامل التي تضمن لطرفين أن يتفهم كل وجهات نظر الآخر ، فيعمل على تحقيق رغباته ويجمعها في ذلك الصالح المشترك لها .

والإتصال كما ذهب الكتاب هو عملية بمقتضاها يمكن نقل الأفكار من فرد إلى فرد ، فقد أوضح "فلويد بروكر Floyde – Proker "[1] أن الاتصال هو أي عملية لنقل "فكرة" أو "مهارة" أو "حكمة" من شخص لآخر .

ولعل تعريف الاتصال بأنه عملية "نقل" لم تلق استحسانا كبيراً ، إذ أن كلمة نقل قد تناسب الأشياء أو الماديات أكثر من المعنويات فعندما تقول أنك نقلت جهاز التلفزيون من حجرة في منزلك إلى حجرة أخرى مثلا ، فإن نتيجة هذا النقل أن الحجرة الأولى أصبحت خالية من الجهاز حين أصبحت الحجرة الثانية بها الجهاز بعد أن كانت خالية منه ، مثل هذه النتيجة لا تحدث بالنسبة للمعلومات أو الأفكار التي تريد تعريفها لشخص آخر يجهلها . فالمعروف أن الأفكار لا تنقل أي لا تستخرج من عقلية شخص لتدخل أو لشغل عقلية شخص آخر – أي أنه ليست هناك عملية فقد من جانب واخذ من جانب آخر ، وإنما ما يحدث هو مشاركة بين الأفراد ، لهذا يقال أن كلمة "نقل" ليست مناسبة برغم كثرة تداولها في هذا الشأن .

ويعترض كذلك على كلمة "فكرة" ، فالمعروف أن ما يتعلمه الإنسان يتضمن جوانب كثيرة من المعلومات والأفكار والمفاهيم والمهارات والمباديء والقيم والاتجاهات وعلى هذا فإنه عندما نقوم بتعليم الآخرين أو إرشادهم ، فإن موضوع التعليم يتضمن عادة مثل هذه الجوانب ، ومن هذا يتبين أن كلمة "فكرة" وإن كانت صحيحة ليست شاملة أو معبرة عن كل ما يمكن أن يحدث نتيجة الإتصال .

ويُعترض كذلك على هذا المفهوم بأنه حدد الاتصال بأنه لا يحدث إلا بين شخص وآخر . فالاتصال قد يحدث في بعض الحالات كما هو الحال عندما يحث أخصائي

---

1 – د. محمد بهجت كشك ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية ، ص 5 .

اجتماعي حالة عميل يواجه مشكلة وفي حاجة إلى معاونة أو عندما يتحدث موظف مع زميله تليفونيا عن بعض مشاكل العمل ، ولكن قد يحدث اتصال أيضا بين جماعة وأخرى مثل ما يحدث عندما يتناقش عدد من الخبراء مع جمهور معين في شكل ندوة أو مؤتمر. ومن ثم يتبين أن عبارة من شخص لآخر وإن كانت صحيحة إلا أنها ليست شاملة أى أنها قاصرة [1] .

وعرّف "جون ديوي" الاتصال بأنه عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مألوفة بين اثنين أو أكثر من الأفراد . كما يعرفه مصطفى بدران وحسين الطويحي بأنه عملية يتم بمقتضاها توصيل فكرة أو خبرة لدى شخص آخر حيث تصير مشتركة بينهما أو مشاعة . فهو عملية تؤدي إلى المشاركة في الخبرة [2] .

وكلمة "مشاركة" أدق من كلمة "نقل" من الناحيتين اللغوية والعلمية ، ذلك لأنها تعني أن الموجه أو الخبير لا يفقد ما يقوم بتعليمه أو توجيهه للآخرين من أفعال أو مهارات مثلا ، وإنما تعني أن يشركهم معه فيها بالدرجة والمستوى الذي يريده ، فهو يغير ويعدل في أسلوبه حتى يتأكد من أنهم فهموا ما يقصده أي من حدوث عملية مشاركة بين الطرفين في فكرة أومهارة معينة. وعندئذ يقال أنه حدثت عملية اتصال. أما إذا لم تتحقق هذه المشاركة فإن ما يحدث لا يعدو عن كونه عملية تفاعل فقط [3].

وذهب البعض إلى تعريف الاتصال بأنه عملية تفاعل – أي عملية تأثير وتأثر متبادل تمكن الإنسان من أن يكون كائنا اجتماعياً . فقد وصف القاموس عملية الاتصالات Communication بأنها التفاعل أو الاتصال بالكلمات والخطابات والرسائل، وتبادل الأفكار والأراء. ومن ذلك أيضاً التعريف الذي مؤداه أن الاتصال هو العملية التي تتضمن تبادل الحقائق ، والأفكار، والآراء، والمفاهيم، والاتجاهات بين

---

1 – محمد محمد عطية ، وسائل الإتصال في المجالات الاجتماعية ، ص 12 – 13 .

2 – د. محمد بهجت كشك . الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية. ص 7 .

3 – محمد محمد عطية ، المرجع السابق ، ص ص 5 – 6 .

شخصين أو أكثر باستخدام صيغة أو أكثر من صيغ التعبير بحيث يفهم كل طرف ما يعنية الطرف الآخر .

ونستنتج من هذا التعريف ثلاث نتائج أساسية هي :

1- أن الإتصال عبارة عن نظام للتفاعل .

2- أن الاتصال يتطلب استخدام صيغة أو أكثر للتعبير عن مضمون الرسالة وتحويلها باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال.

3- أن الاتصالات عملية اجتماعية [1] .

وفي مجال الإدارة يعني الاتصال إنتاج أو توفير أو تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها أو تبادلها أو إذاعتها بحيث يمكن للفرد أو للجماعة إحاطة الغير بأمور واخبار أو معلومات جيدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير أو التعديل من هذا السلوك أو توجيهه وجهة معينة . وتتم هذه العملية عادة في صورة متبادلة من الجانبين لا من جانب واحد بمعنى نقل أو إعطاء البيانات والمعلومات إلى الآخرين وبالعكس [2] .

وخلاصة القول فإن كلمة إتصال **Communication** مشتقة من الأصل اللاتيني **Communis** أو **Communicare** ، وتعني بالإنجليزية **Common** ، وبالفرنسية **Commun** ، أي ما هوعام أو مألوف أو شائع أو مشترك ، ففي العائلة الحيوانية والطيور والأسماك يوجد الاتصال بينها وبين أقرانها ، ومن ملاحظة الإنسان العادي للخيل والكلاب وحركة النمل والنحل يمكن أن ندرك ذلك.

وهكذا فإن الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الإنتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية ، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص

---

1 - د. رفاعي محمد رفاعي ، السلوك الإنساني في التنظيم ، ص 71 .

2 - محمد محمد عطية ، المرجع السابق ، ص 91 .

أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ، ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين، ويتمثل ذلك في الجرائد والمجلات، والكتب، والتلفزيون ، والإذاعة والصور المتحركة، والكتيبات، والتقارير، والنشرات، والخطابات، والمذكرات، والخطب، والأحاديث .

وبهذا فإن الاتصال هو إشتراك الغير في أفكارك ، وهو أساس كل تفاعل إعلامـــي إجتماعي ثقافي حيث يتيح نقل المعارف والمعلومات، وييسر التفــاهم بــين الافــراد والجماعات، ومن هذه الأنشطة الإعلام بأنواعه ومستوياته والدعاية بأنواعها.والدعوة والإعلان، والحرب النفسية، والتي تستهدف كل منها غايات وأهداف معينة .

نظريات الإعلام ووسائل الاتصال :

يميل العقل البشري إلى التعميم ، فبفضله يكشف العقل البشري فيضاً من المتشابهات ، وفيضاً من الخصائص والظروف في قنوات محددة وتقسيمات قليلة .

ويتعرض الحديث عن الإعلام للتعميم ، حيث أنه يعكس الظروف التي يعيشها المجتمع ، فهو مرآة صادقة له . ويمكن القول في شيء من التعميم أو الإعلام المعاصر يتمثل في إتجاهات ومذاهب نظرية . وأساس الاستخدام لإصطلاح نظريات الإعلام هو وضع مجموعة من القواعد والأشكال والأنماط التي تتشابه في الخواص والسمات والملامح ومن هذه النظريات الآتيّ :

1- نظرية السلطة :

ويطلق عليها البعض نظرية التسلط أو النظرية التسلطية وهي أولى نظريات الإعلام ظهوراً ، فقد ولد الإعلام الحديث في النصف الثاني ، من القرن الخامس عشر عقب اختراع الطباعة في ألمانيا ، وهي مجتمع تسلطي آنذاك ، وقد ارتكزت التسلطية في عصر النهضة الأوربية على مذهب الحق الإلهي الذي اعتمد عليه الملوك في الحكم وتوارثه النبلاء ، كما ارتكزت على الكنيسةالرومانية التي تزايدت قوتها في العصور الوسطى ، واستطاعت الكنيسة لقرون عدة أن تسيطرفي بلاد كثيرة على الرأي وعلى التعبير .

ولكن كيف مارس الحكام خطتهم الإعلامية في ظل نظرية السلطة ؟ نجيب على هذا التساؤل بأن القائلين بنظرية السلطة المطلقة للحاكم ينظرون إلى الإعلام على أنه من الأمور التي ينبغي أن يتصرف فيها فرد آخر غيره ، وبرغم أن أنصار هذه النظرية يؤمنون بالفروق بين الأفراد من حيث قدراتهم الجسمية أو العقلية ، ولكنهم يبنون على هذه الفروق حكما يتلخص في أن ذوي المعرفة من العلماء والحكماء وذوي التجربة أو الإطلاع هم وحدهم أصحاب الحق في السيطرة الحقيقية على غيرهم من أفراد المجتمع في ظل الحاكم ووفق مشيئته ورضاه .

2- نظرية الحرية :

تأخذ هذه النظرية تسميتها من تسمية النظام الاقتصادي الحر أو الليبرالي . وهذه النظرية هي وعاء الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية ، وفي أوربا الغربية واليابان ، ومن يأخذ من الدولة المتقدمة بالنظام الاقتصادي الحر .

ولقد نشأ المفهوم الغربي للحرية في مجال الإعلام في حماية المفهوم الرأسمالي للحرية في مجال الاقتصاد . وكما تطور مفهوم الحرية الاقتصادية من حماية الفرد إلى حماية الاحتكارات تطور أيضاً مفهوم حرية الإعلام من حماية الحقوق الديموقراطية إلى حماية المكاسب الاحتكارية .

وكان مفهوم الحرية في بداية ظهور هذه النظرية تنصب على تأكيد قيمة الفرد من حيث هو فرد وحقه في ممارسة نشاطه الاقتصادي بأقل قدر ممكن من تدخل الدولة والتأكيد على فكرة الحقوق الطبيعية للإنسان ، وهي الحقوق التي تقوم منها حرية العبادة ، وحرية التعبير ، أو حرية الصحافة بمعناها الشامل للإعلام .

وهذه الحرية تقوم على تصورات منها أن الإنسان من حقه أن يتعرف على الحقيقة وأن يسعى إلى معرفتها والاهتمام بهذه المعرفة . ومنها أن الوسيلة الوحيدة لمعرفة الحقيقة هي النقاش الحر ، وكلما تضاربت الآراء ، وكلما تعدد الخلاف حولها ، واتيح لكل ذي رأي أن يعرض رأيه كلما أمكن للرأي الصائب أن يبرز ويتغلب .ومن هذا المعنى للحرية ضعف سلطان الدولة على الصحافة وفتح الباب لظهور

نظرية الحرية في الإعلام ، ثم شابها ما شابه النظام الاقتصادي ، والاجتماعي الليبرالي من سطوة الاحتكارات وخطرها [1] .

3- النظرية الماركسية :

وتعتبر هذه النظرية وسائل الاتصال سلاحاً قوياً للسيطرة على الجماهير ، وجعلهم يخضعون خضوعاً إراديا طوعيا للإتجاه الشيوعي ، وأن على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعليها كذلك تقع مسئولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام .

ويرى أعداء هذه النظرية أنها صورة جديدة من صور السلطة ، بينما يراها أصدقاؤها أنها تضع وسائل الإعلام في موقع الجهاد والكفاح لتقدم الشعب ورعاية مبادئه وأهدافه .

4- وتنطوي نظرية أخرى على اقتراح يفيد بأن وسائل الاتصال الجماهيري تعتبر قوة للتكامل وللإنفصال والفردية في المجتمع ، وقد قدم هذه الإجابة "كاري **W. Carey**" في مقالته عن "ثورة الاتصال ومحترفوا الاتصال".

5- وهناك نظرية تشير إلى أن معرفة آثار وسائل الاتصال الجماهيري يمكن أن تتحقق بواسطة تحديد قدرتها على القيام بعملية "صقل" الأفكار والصور ، والوعي في المجتمع الصناعي . حيث أشار "جربنر **Gerbener**" إلى العملية الرئيسية في وسائل الاتصال الجماهيري ، على أنها عبارة عن عملية النشر **Publication** بالمعنى الحرفي لهذه الكلمة والذي يقصد به تعميم الأفكار على الجمهور بحيث تصبح منتشرة في كل قسم من أقسامه [2] .

---

1 – محمد سيد محمد ، المرجع السابق ، ص ص 131 – 135 .

2 – د. سامية محمد جابر ، المرجع السابق ، ص 153 .

أهداف الاتصال :

تتحدد أهداف الاتصال في أنها تمد المرؤوسين بمعلومات عـــن المؤسســـة وأهـــدافها والخطط والسياسات والإجراءات الواجب إتباعها ، كما أنها تعمل على تشجيع الأفراد على النجاح في إنجاز أعمالهم . فالإعلام الصادق يؤدي إلى تفهم المرؤوسين لكـــل مـــا يحيط بالمؤسسة، والتعليمات الخاصة بإجراءات التنفيذ،كما أنها تحيطهم علماً بالمشكلات أو المواقف التي تواجه تنفيذ الخطة. ومن ناحية أخرى تعتبر الأساس في معرفة مشكلات العاملين ، ومقترحاتهم سواء بالنسبة للمشكلات أو ظروف العمل في المنظمة [1] .

عملية الاتصال :

على الرغم من البساطة التي بها عملية الاتصال ، فهي في حقيقة الأمر عملية معقدة. إنها عملية اجتماعية تتم في التنظيم بشكل أساسي بين وحدات اجتماعية (فردية / جماعات) ، وليس بين كيانات مادية ، وهذه الخاصية من شأنها حثنا على عدم تناول موضوع الاتصال بمعزل عن الاطار الاجتماعي والنفسي لكل من أطراف الاتصال .

وتضم عملية الاتصال العناصر الرئيسية الآتية :

1- المصدر أو المرسل Source, Sender, communicater

2- الرسالة Massage

3- وسيلة الاتصال Means, Chanel medium

4- المستقبل Receiver

5- رد الفعل / الاستجابة effect response- feed back

1- المصدر / المرسل :

تبدأ عملية الاتصال بالمصدر ، فهو المسئول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والآراء أو المباديء أو الاتجاهات التي يحتاج من يتعامل معهم من الأفراد أو الجماعات

---

1 – Allen H. Center, Public Relation, Ideas in Action p.4.

وانظر : د. عمرو غنايم . ود.على الشرقاوي ، المرجع السابق ، ص 477 .

في موقف معين . وهو المسئول عن هيئة الظروف المناسبة المؤدية إلى تعديل سلوكهم إلى أفضل . وقديكون هذا المصدر فرداً كالرئيس الإداري الذي يود إبلاغ أمور معينة إلى مرءوسيه ، أو مدرساً ، أو موجهاً في المؤسسة . وفي حالات أخرى قد يكون المرسل منظمة أو هيئة مثل هيئة الصحافة أو هيئة الإذاعة[1] .

ويقوم المرسل بوظفتين أولها تحديد الفكرة ، ودراستها ، وتحديد إختيار الأسلوب أو الشكل أو الوسيلة أو اللغة المناسبة ، وثانيها : قيامه بالشرح أو توضيح هذه الفكرة أو المهارة لمن هم في حاجة إليه .

ويتوقف تأثير المصدر على كيفية إدراك الجمهور لجدارة المصدر بالثقة Source of Credibility . ولا شك أن هذا يتحدد بناء على درجة خبرة المصدر واستحقاقه لهذه الثقة . فالرسالة التي تصدر عن شركة مشهورة ومحترمة في نظر الجمهور تصادف قبولاً أكبر من ذلك الذي تلقاه رسالة مشابهة صادرة من من شركة أقل شهرة واحتراما ، ووجد أيضاً أن الاتصالات المقترنة بأسماء المعلقين أو الكتاب أقوى من تلك المقترنة باسم الصحيفة أو المجلة فقط . كما تتوقف قدره المصدر على درجة جاذبيته Source of attractiveness ، وكذلك على قوته Power التى يتمتع بها ، وهي تشير إلى قدرته على ممارسة الثواب والعقاب [2].

2- الرسالة :

وهي فحوى أو مضمون الرسالة الذي ينقله المصدر إلى المستقبل من خلال الوسيلة – أي الأفكار أو المفاهيم أو المهارات أو المباديء أو القيم أو الاتجاهات ، أو أمراً، أو إقتراحاً، أو شكوى. ومن الضروري إدراك فحوى الرسالة ، فنفس محتوى الاتصال قد لا يعني بالضرورة نفس الشيء بالنسبة لمختلف الأفراد والجماعات ، وذلك بسبب تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية ، هذا والرسالة المعنوية يجب أن

---

1 – انظر : د. إبراهيم عبد العزيز شيحا . الإدارة العامة (العملية الإدارية) ص 183 .

2 – د. محمد عبد الله عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص ص 152 – 154 .

تدعمها الأعمال أو النتائج ، فالحقائق وحدها لا تغري ، ومع ذلك فإن الحقائق والمعلومات يمكن أن تؤدي دوراً له دلالته في تحريك وترشيد السلوك. كما أن تقديم البيانات بعد أن تظهر الحاجة إليها يكون له أثر أكبر مما لو حدث العكس .

3- وسيلة الاتصال :

وهي الطريقة التي يتم بها تحقيق الاتصال ، وقد تكون رمزاً أو شكلاً أو اللغة المكتوبة أو المقبولة . ويستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالته أو ما يرغب في توجيهه من أفكار أو مهارات . وقد تكون هذه الوسيلة اللفظية كالمحاضرة والمحادثة والمناقشة والندوة ، والخطابات والمذكرات والتقارير والكتب . وقد تكون غير ذلك كالرسوم التوضيحية والصور الفوتوغرافية والنماذج والعينات والإعلام . والمرسل الناجح هو الذي يستعمل كل وسيلة في الموقف الذي يناسبها.

4- المستقبل :

وهو الذي يهتم به المرسل ويوجه إليه ما يحتاجه من أفكار أو مهارات أو مبادئ بقصد إشراكه معه فيها . وتعديل سلوكه في الوجهة المرغوبة ، والمرسل إليه أو المستقبل قد يكون الرئيس أو المرءوس ، وقد يكون شخصاً واحداً ، أو جماعة من المستمعين مثل أعضاء مجلس الإدارة ، أو أعضاء أسرة ، وقد يكون المرسل إليه جماعة غير محدودة مثل المشاهدين لبرنامج تليفزيون والمستمعين لبرنامج إذاعي ، وقراء جريدة يومية [1] .

5- رد الفعل / الاستجابة :

يلاحظ أن مضمون الاتصال الواحد بسبب إدراك الناس له بمعاني مختلفة ، ومن ثم فإن الأثر سيكون مختلفا أيضاً ، ويرجع ذلك لعدة عوامل هي :

أ- أن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الاتصال يعتمد إلى حد كبير على المشاعر والاتجاهات التي يكونها كل طرف حيال الطرف الآخر ، فالرئيس الذي تعود أن

---

1 - محمد محمد عطيه ، المرجع السابق ، ص ص 17 - 19 .

يقف مواقف عدائية من مرؤوسيه لن يصدقه مرؤوسيه بسهولة إذا وعدهم بتعضيد مطالبهم لدى المستويات العليا ، كذلك إذا تعودت الجماعة في رئيسها نكسه للعهود، وعدم الوفاء بها ، فإنه يصعب عليها تصديقه في أي وعد جديد .

ب- إن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الاتصال يتوقف على مدى التوافق بين أهداف واهتمامات أطراف الاتصال . فالمدير الذي يخصص الجزء الأكبر من وقته واهتماماته لأهداف ومشاكل العمل ، ولا يعطي إلا القليل للأهداف والمشاكل الإنسانية لمرؤوسيه يحتمل أن يكونوا أقل استجابة له بسبب شعورهم بتفاوت الأهداف والاهتمامات .

ج- إن الأثر الذي يمكن أن يحدثه الاتصال يتوقف على درجة الثقة بين أطرافه . فكلما زادت الثقة بين أطراف الاتصال كلما ساعد ذلك على وجود اتصالات أكثر حرية دون قيود مما يعطي فرصة أفضل للتفاهم المتبادل . وعلى العكس من ذلك فإن عدم وجود ثقة متبادلة بين أطراف الاتصال تجعل كل منهم متحفظا فيما يمكن قوله للطرف الآخر ، مما يصعب من عملية الفهم المشترك .

د- إن أثر اتصالات الرئيس بمرؤوسيه يتوقف على مقدار التعضيد والتأييد الذي يحصل عليه الفرد من جماعته في العمل ، فكلما شعر الفرد بقوة تأييد ومساندة جماعة العمل كلما كان ذلك أكثر أمنا ، وأكثر حرية في مناقشة رئيسه وتبادل الرأي معه ، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى وجود اتصالات أكثر فاعلية بسبب توافر الفرصة الأفضل للفهم المتبادل من ناحية وعدم حاجة المرؤوس لأي سلوك دفاعي ضد اتصالات الرئيس من ناحية أخرى [1] .

العوامل المؤثرة في الاتصال الجيد :

إن العامل الهام في الاتصال هو الإعداد الجيد، وذلك بالتعرف على الجمهور ورغباته واتجاهات سلوكياته. كما يتوقف نجاح الإتصال على الإرسال الجيد بحيث

---

1 - د. رفاعي محمد رفاعي ، المرجع السابق ، ص ص 91 - 92 .

يصل فعلاً إلى المرسل إليه (المستقبل) في الوقت الملائم ، وكذلك على قدرة الرسالة على جذب انتباه الجمهور ، وبحيث تكون محل اهتمامهم ، ومن الممكن فهمها . ومن شروط الاتصال الجيد الصراحة والوضوح وعدم التحريف حتى يتم الاقناع بلا مجال للشك ، وكذلك إختيار الوسيلة المناسبة بحيث تلائم الجمهور ويستطيع استيعابها ، والدراسة الجيدة للجمهور أو المرسل إليه من ناحية طبائعهم وآرائهم واتجاهاتهم ، وتجنب الوقوع في خطأ عفوي ، وحتى إذا حدث يجب سرعة معالجته وتصحيحه ، كما يجب متابعة الاتصال للتأكد من تمام التنفيذ وحل العقبات والمشاكل التي يقابلها الراسل .

معوقات الاتصال :

أشار باسيت Basset إلى العديد من المشاكل والمعوقات التي تعوق عملية الاتصال . فقد تقدمت اللغات بدرجة أكبر من مفهوم مفردات الأخبار ، وأصبحت اللغة تتسم بالغموض، فكلمة أخلاق Moral كلمة غامضة ، فهل الفرد ذو الأخلاق هو ذلك الذي يطيع القانون ؟ أو الذي يمتنع عن سرقة ممتلكات الآخرين ؟ أو من كان محل ثقة زوجته ، أو من يحسن إلى الفقراء ؟ أو من يمتنع عن شرب الخمر والتدخين ، والرقص وسب الناس ؟ وينطبق نفس الحال على سلوك الجماعات .

وكثير من الكلمات التي تستعمل من خلال عملية الاتصال تتسم بالغموض، ويختلف معانيها عند جميع الناس باختلاف ثقافاتهم . وبعض الكلمات هي رموز تشير إلى الأشياء مثل كلمة السيارة، والطائرة ، والعصا ، والكرسي ، ومثل هذه الكلمات تفهم بنفس المعنى عند جميع الأفراد ، ولكن هناك كلمات مجردة ، تتحمل أكثر من معنى، وهي مازالت تتسم بالغموض فكلمة "ديمقراطية" يفهمها الناس بطرق مختلفة ، وينطبق نفس الحال على كلمة "دوافع" .

ويختلف الناس في قدرتهم على الإدراك . ويعد ذلك معوقاً لعملية الاتصال . ويبدو ذلك واضحا في اختلاف تصور وإدراك الناس لموضوع ما . ويرتبط الإدراك بالقدرة على الفهم والتمييز كما يتأثر الإدراك بالشعور والإحساس والاتصال . ولا

شك أن رد فعل الفرد لوسيلة الاتصال يتوقف على قدرة إدراكه ، وتفضيلاته . كما يختلف أفراد مجتمع يعيشون في ظل ثقافة معينة في إدراكهم لجهود الاتصال عن افراد مجتمع آخر يعيشون في ظل ثقافة أخرى وتختلف وجهات نظر رجال الأعمال عن الإدارة عنه عند العمال . كما يؤدي إختلاف الإدراك إلى ظهور مقترحات مختلفة فيما يتعلق بالمشاكل الاقتصادية أساسها التضخم ، بينما يعتبر البعض الآخر أن المشكلة الاقتصادية أساسها الانهيار الاقتصادي . ولا شك أن الاختلافات الإدراكية تعد عائقاً للاتصال الجيد بين الجماعات المختلفة في المجتمع ، مثل رجال الأعمال ، ورجال الحكومة ، وأساتذة الجامعات ، وطلابها وما إلى ذلك [1] .

تقسيم وسائل الاتصال :

لنشر الحقائق والأفكار والآراء والمعلومات يستخدم الإعلام أدوات وأساليب متعددة المستويات ومختلفة. وقد تعددت وسائل الاتصال، واختلف العلماء في تصنيفها.

ومن هذه التقسيمات أنها تضم مجموعتين رئيسيتين هي :

المجموعة الأولى :

وتضم أدوات مثل الصحف والمجلات والنشرات والكتب والملصقات بأنواعها ، وتسمى مجموعة الكلمات المكتوبة .

المجموعة الثانية :

وتضم مجموعة من الكلمات المقالة أو المنطوقة مثل الراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والندوات والمحاضرات والمؤتمرات [2] .

وهناك من يقسم وسائل الاتصال إلى ثلاثة أنواع هي :

أولا : الاتصال الشخصي :

تتمثل وسائل الاتصال الشخصي في التليفون والرسالة الشخصية والاجتماعات الدورية ، ويعتبر الاتصال الشخصي من أهم أشكال الاتصال التقليدية في المناطق

---

1 - Robert S. Ross, op.cit. P.p. 116 – 118.

2 - د. محمد سيد فهمي . الإعلام من المنظور الاجتماعي ص 14 .

الريفية والقرى بصفة خاصة، ومعظم المناطق غير الحضرية بصفة عامة . وتتمثل أبرز أشكال الاتصال الشخصي في القرى والمناطق غير الحضرية في الأشكال الرئيسية التالية :

– تأثير رجال الدين على نسبة عالية من المواطنين ، ودرجة الاحترام العالية التي تلقاها أفكارهم وآرائهم وتفسيراقم بين الأفراد .

– تأثير الأفراد المتحصلين على درجة عالية نسبيا بالقياس إلى أفراد المجتمع من التعليم والثقافة ، ووجود درجة عالية من التقدير لآرائهم وأفكارهم ، فضلا عن الالتفاف حولهم أثناء عملية قراءة الصحف على مسامع مجموعة كبيرة من المتعلمين والإنصات التام [1] .

– تأثير ذوي النفوذ وكبار السن في المجتمع المحلي .

– تأثير بعض الفئات المهنية في المجتمع المحلي على الرغم من إنخفاض مستواها المعرفي والثقافي [2] .

ثانيا : وسائل الاتصال الخاصة :

وهي تلك الوسائل التي تنتجها وتصدرها أجهزة العلاقات العامة داخل مؤسسة معينة ، ويمكن لرجل العلاقات العامة التحكم فيها منذ البداية ، وهي تتكون من صحيفة المؤسسة ، والمراسلات ، ومجلات الدار ، والنشرات ، والملصقات ، ولوحة الإعلانات، والمرفقات، والاجتماعات والمؤتمرات، والحفلات، والرحلات، والمعارض.

ثالثا : وسائل الاتصال العامة :

وهي تلك الوسائل التي ليس لرجل العلاقات العامة أدنى تحكم فيها ، وعليه أن يقبل الشروط التي يمليها عليه أصحاب الوسائل الإعلامية المستعملة ، وأن يتنافس مع غيره في الحصول على أحسن مكان أو أنسب وقت وفقاً للشروط التي تضعها

---

1 – د. محمد سيد فهمي . الإعلام من المنظور الاجتماعي . ص 14 .

2 – د. سمير محمد حسين . المرجع السابق . ص ص 126 – 127 .

إدارة هذه الوسائل، وهي تشمل الصحافة والإعلانات المدفوعة ، والإذاعة ، والتليفزيون، والسينما، والمهرجانات ، وغيرها مما تنتجها مؤسسات النشر والعامة لعرضه على الجمهور .

كما يقسم البعض وسائل الاتصال إلى الأقسام الثلاثة الآتية :

اولا : الوسائل السمعية :

وهي التي تتأثر بها حاسة السمع ، وتتمثل في الخطب في المحافل والاجتماعات والمحاضرات والندوات والمؤتمرات الهاتفية ، والبرامج الإذاعية ، وأشرطة التسجيل عن المحاضرات ، والأسطوانات الموسيقية والغنائية ، والأناشيد الوطنية ، والأغاني الشعبية ، والترتيل الديني ، والآذان عند المسلمين ، والأجراس في الكنائس عند المسيحيين ، وفي المعابد عند اليهود ، وكذلك الشائعات التي تلوكها الألسن .

ثانيا : الوسائل البصرية :

وتضم كل الوسائل التي تقدم أساسا حسيا بصريا من الحقائق والأشياء للتعـرف على شكلها أو لونها أو حجمها مثلا. وتمكن هذه الوسائل الفرد من مشاهدة هـذه الأشياء أو ما يشابهها والتعرف عليها. فالفرد هنا لا يتعامل مع كلمات يقرؤهـا أو يسمعها، وإنما مع ما يشاهده عن هذا الشيء، ومـن أهـم هـذا النـوع الصـور الفوتوغرافية، والصور الشفافة ، والصور اليدوية والأفـلام السـينمائية والرسـوم التوضيحية [1]

ثالثا : الوسائل المطبوعة / المكتوبة :

وتشمل الصحف، والمجالات، والدوريات الآخرى، والكتب، والكتيبات، والنشرات، والخطابات، والإعلانات ، واللافتات ، والملصقات ، ولوحة الإعلانات ، والوسائل ، والمراسلات ، ومجلات الدار ، والإعلانات المدفوعة .

ويمكن تقسيم وسائل الاتصال عموماً إلى ثلاثة أنواع هي :

---

1 – د. محمد سيد فهمي ، الإعلام من المنظور الاجتماعي. ص 14 .

1- الوسائل المكانية .

2- الوسائل الزمانية .

3- الوسائل المكانية والزمانية .

يقصد بالوسائل المكانية تلك التي تشغل حيزاً في مكان ما كالمطبوعات والصور والفنون التشكيلية ، وهي جميعا وسائل بصرية أو منظورة أما الوسائل الزمنية فهي التي تتسلسل في وقت زمني كالإذاعة والتليفزيون ، وهي وسائل شفوية أو سمعية . وتعتبر الأفلام الناطقة والتليفزيون والمحادثات الشخصية المباشرة وسائل مكانية زمانية لأنها تشغل حيزاً مكانياً ووقتا زمانيا في نفس الوقت ، وهي وسائل سمعية بصرية [1] .

ومن الواضح أن هذا التقسيم يسمح ببعض التداخل بين الأقسام الرئيسية. ففي التليفزيون والسينما – مثلا – توجد الأقسام الثلاثة مجتمعة . كما قد يستعين المحاضر بوسائل مرئية. وقد يصاحب بعض الكتيبات في الوقت الحاضر شرائط تسجيلية واسطوانات تجعل من الوسيلة مجموعة من الأقسام الثلاثة ، وقد دفعنا إلى هذا التقسيم الرغبة في حصر الوسائل التي ترتبط معا بخصائص مشتركة ، فيسهل علينا تناولها وشرح تأثيرها في مجال العلاقات العامة .

وبصفة عامة لا يمكن تفضيل أي نوع من هذه الأنواع على الآخر إلا بعد معرفة طبيعة الموضوع ، وطبيعة الجماهير ، والظروف المختلفة ، والعوامل المتشعبة بالموضوع الإعلامي المطلوب . ويؤثر على اختيار الوسيلة التي يمكن استخدامها عددا من العوامل التالية أو مجموعة منها :

1- **سرعة الوسيلة :** حيث أن كل وسيلة من الوسائل تختلف عن الأخرى في سرعتها في إيصال الرسالة ، فإذا كانت الرسالة أو المعلومات المراد إبلاغها تتصف بضرورة سرعة وصولها إلى المرءوسين ، فلن تتحقق فاعلية الاتصال إلا إذا تم استخدام الوسيلة التي تحقق السرعة المطلوبة لإيصال الرسالة في التوقيت المحدد .

---

1 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ص ص 197 – 198 .

2- **درجة سرية المعلومات** : ويتطلب الأمر في هذه الحالة إستخدام الوسيلة التي تكفل الحفاظ على سرعة الرسالة المراد إبلاغها .

3- **تكلفة الرسالة** : تعتبر التكلفة من العوامل المؤثرة في تحديد الوسيلة التي سيتم إستخدامها. وترتبط تكلفة الوسيلة بالسرعة ، ودرجة أهمية الرسالة المطلوب إيصالها.

4- **عدد من ترسل لهم الرسالة** : يرتبط اختيار الوسيلة بالعدد المطلوب توصيل الرسالة إليه ونوعيته والخصائص الشخصية التي يتمتع بها . وبطبيعة الحال سيتم اختيار الوسيلة التي تغطي المدى الذي ترغب الإدارة في توصيل الرسالة إليه وفقاً لنوعية هذا العدد [1] .

اولا : الكلمة المسموعة / المقولة :

تتخذ الكلمة المسموعة / المقولة أشكالا متعددة فمن أحاديث اجتماعية أو مهنية أو تجارية إلى مناقشات برلمانية إلى بيانات مختصرة يدلي بها في الصحف، إلى مناقشات في التليفزيون إلى خطب عامة ومحاضرات ومناظرات ، إلى مكالمات تليفونية ، وغير ذلك من وسائل الاتصال الشفوي .

والكلمة المسموعة / المنطوقة من أقدم وسائل الاتصال، وأقلها تكلفة في نقل المعلومات. وهي أداة ذات تأثير في مجال العلاقات العامة ، وتحقق مزايا أهمها :

1- تتيح فرصة كافية للاستفسارات والايضاحات بين أطراف الاتصال حول المحتوى الرئيسي للاتصال مما يعطي فرصة أكبر لوحدة الفهم .

2- تمكن من إستخدام بعض صيغ التعبير الرمزية إلى جانب الكلمات للتعبير عن مضمون الرسالة كحركات اليد ، والجسم ، والإشارات ، والإيماءات ، وتعبرات الوجه، ونبرات الصوت بالشكل الذي يعطي معان تعجز في كثير من الأحيان أية كلمات في التعبير عنها .

---

1 - انظر إدوارد لـ . بيرنيز . المرجع السابق ، ص ص 214 – 215 . وانظر : د. محمود محمد الجوهري : دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات ص ص 155 – 188 . وانظر د. عمرو غنايم . ود. علي الشرقاوي ، المرجع السابق، ص 487. وانظر محمد غريب البغدادي ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال بالجماهير ،ص 113 .

3- يساعد الاتصال الشفهي من تمكين كل طرف من أطراف الاتصال على تلقي رد الفعل الفوري لحديثه لدى الطرف الآخر .

4- أن الكثير من الأفراد يمكنهم التعبير عن أنفسهم وما بخلجاتهم مشافهة أكثر من قدرتهم على ذلك بأية وسيلة مكتوبة .

5- إن الاتصال الشفهي يتيح فرصة كافية لتبادل المشاعر ، وتوفير أساس الفهم ، والثقة المتبادلة بين أطراف الاتصال [1] .

ويجب على أخصائي العلاقات العامة أن يكون متمرساً على هذا النوع من الاتصال، والحديث فن يستحق أن يلقى عناية ، وهناك متحدثون لبقون عندهم دائما ما يقولونه، وينبغي أن يعرف المتحدث ماذا يعني، وأن يحمل العقل عدة أفكار، ويمكن توجيه بعض الأسئلة في هذا المجال : هل فهمت الموضوع الذي يعنيه المتحدث ؟ وينبغي أن يكون موضوع الحديث مختصراً بقدر الإمكان . بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بموضوع الحديث وترتيبه ، وأن تختار الكلمات التي تعبر عن لب الفكرة . وتوضح كل نقطة بقدر المستطاع، ومن الواجب أن نتوخى الصدق ، ونتحرى الموضوعية، وهناك ملاحظة هامة وهي أن مستمعنا يتصيد لنا الاخطاء ويضع يديه على النقاط التي نتجنب الخوض فيها ، ولذلك لزم أن نكمل الموضوع ، ونبرز كل جوانبه وزواياه . وهناك بعض القواعد الهامة التي يجب أن يضعها المتحدث في اعتباره ، وهو أن يضع أفكاره في جمل قصيرة ، ويستخدم وسائل الإيضاح ونماذج مصورة، أوالاستعانة بلهجات الصوت التي تقرب المعنى وتيسر وصول الفكرة ، ويمكن تلخيص ذلك في النقاط الآتية :

1- ينبغي أن يتجنب المتحدثون السرعة في التحدث .

2- ينبغي أن يستخدموا الصور والرسوم التوضيحية والكلمات البسيطة بقدر الإمكان .

---

1 - د. رفاعي محمد رفاعي . المرجع السابق . ص 84 .
And See Bertrand R. canbield & H. Frayier Moore, op, cit, p. 146.

3- يجب أن يستغلوا تأثير نبرات الصوت في تحقيق الوضوح والتأكد [1] .

وقبل أن تبتدع مكبرات الصوت والميكروفون ، كان الأمر يحتاج إلى أكثر من حلاوة النغم في المحادثة . فكان على المتكلمين الذين يواجهون جمهوراً سياسياً أن يرفعوا أصواتهم ،بل يصرخوا . أما اليوم فلم يعد هذا ضروريا .

وهناك وسائل آلية تستطيع أن تنقل الصوت دون أن تضع على المتكلم عبئا جديداً. وما عليه إلا أن يواصل كلامه ، كما هو رأيه في أي حديث عادي. غير أن هناك ما يغري برفع الصوت، ولاسيما عندما يشعر المتكلم بأن بعض السامعين ناءون عنه. ومع ذلك ، فهناك عقبة أساسية قد تقلل من فاعلية الاتصال الشخصي، فالألفاظ التي يستخدمها المرسل في توجيه رسالته قد لا تفهم من جانب المستقبل بنفس المعنى الذي يقصده .

والإضافة إلى ذلك تبدو هناك وسائل إتصال أخرى تتمثل فى الآتى :-

1- المحاضرات والخطب :

تعد المحاضرات والخطب من أحسن وسائل الاتصال التي تلجأ إليها المؤسسات الصناعية المختلفة لشرح وجهة نظرها في المسائل العامة ، ولبيان مدى ما حققته من نجاح ومدى ما تلاقيه من صعوبات ، ومع أن الجمهور الذي يحضر المحاضرات يعتبر صغيراً نسبياً إذا قورن بالجماهير التي تستمع إلى الإذاعة أو تحضر الحفلات السينمائية، إلا أنه مما يعوض ذلك النقص أن المحاضرات والخطب تتيح فرصة هامة لمواجهة الخطيب بجمهوره ، خاصة إذا كان الخطيب ماهر فيسعى إلى إيقاع سامعيه في النقاش والتعليق والاستزادة من النقاط التي تعين في فهم وتذكر فحوى المحاضرة[2].

---

1 – وليم فاندرسال . المشرف الصناعي في الصناعة والهيئات الحكومية . ترجمة د. عبد الهادي الجوهري وآخرين ، ص ص 134 – 139 .

2 – انظر: د. صلاح عبد الباقي . المرجع السابق . ص 61 . وانظر : د. حسين محمد علي ، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية ص 139

ولأغراض كثيرة قد يكون المحاضر أو الخطيب هو أحد مديرها خلاف رئيس مجلس الإدارة أو العضو المنتدب . وهذه الأعراض قد تتمثل في الخطب العامة أمام الاتحادات التجارية ، أو نوادي الدعاية والإعلان ، أو المعاهد ، أو الكليات ... إلخ.ومثل هذا المدير ينبغي أن يكون من أصحاب المراكز الهامة في المؤسسة [1] .

وعندما يلقى أحد كبار المديرين خطابا هاما ، فإن تأثيره لا يقتصر على المستمعين المباشرين له ، بل إن الرسالة لابد أن تصل إلى عدد ضخم من الناس نظراً لاهتمام الصحافة بهذه الخطب الهامة . وعلى المحاضر أو الخطيب إذا ما واجه جمهوراً أن يتذكر أن هناك فارقاً كبيراً بين مخاطبة الفنيين في الصناعة وبين التحدث إلى الجماهير في مشكلات الصناعة . فالتحدث عن الإنتاج ومشكلاته المعقدة بالمصطلحات الفنية وبالأرقام والمصطلحات لجمهور عادي يكاد لا يكون له معنى عنده . هذا وإذا سنحت الفرصة لخبير العلاقات العامة أن يخطب في الشباب أو صغار السن فعليه أن يتذكر أن مسئوليته لا تنسحب على حاضر هؤلاء فقط ، بل يمتد إلى المستقبل الذي سوف يقوده هذا النشيء .

والخطبة الجيدة لابد لها من خطة منظمة تنظيما منطقياً. وتبدأ كل خطة ناجحه بعملية استطلاع للموقف يتضمن إجابات على هذه الأسئلة. أين تلقى الخطبة ؟ وما هي طبيعة الجمهور الذي يصغي إليها ؟ وهل يحتاج إلى أن يكون هذا الجمهور معاديا أو صديقا ؟ .

ولكي تحقق الخطبة فاعليتها يجب أن تعد بكل دقة وعناية ، فتشتمل على أفكار ، لكل منها هدف معين وواضح . وهناك سبع خطوات أساسية لتجهيز الخطبة هي :

1- إختيار وتحديد موضوع الخطبة .

2- تحديد الهدف من الخطبة .

---

1 - انظر: د. جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص ص 151 - 154. وانظر د. محمد سيد فهمي ، المرج السابق ، ص 457 .

3- السبب الذي من أجله يلقى الخطيب الخطبة ، وتحليل للمستمعين .

4- وضع النقاط الرئيسية للخطبة .

5- جمع البيانات والحقائق ، وتوسيع النقاط السابق وضعها ، وهي حقائق مستمدة من الخبرة الشخصية وخبرة الآخرين ، ومن الكتب والمجلات .

6- تجهز المساعدات المرئية .

7- استكمال عناصر الخطبة ، والقيام بعمل تجربة لإلقائها ، حتى يتمكن من رفع رأسه عن الورق أثناء قراءها وتشمل الخطبة على ثلاثة عناصر رئيسية هي: مقدمة ، متن الخطبة ، والنتائج . وعلى الخطيب أن يقدم نفسه للمستمعين .

ويجب أن تكون الخطبة حيوية ، كما ينبغي أن يكون الخطيب حيوياً أثناء إلقائه خطبته ، حتى يجذب انتباه المستمعين ، وعلى الخطيب أن يتجنب كثرة الإشارات المبالغ فيها ، وعليه كذلك أن يكون حسن المظهر وينبغي أيضاً أن يكون ملماً كل الإلمام بموضوع الخطبة ، وينظم مادته بحيث يقوي على إلقاء الخطبة حتى لو فقد ذاكرته أو نسيها ، والخطبة التي تلقى من ورق مكتوب يكون تأثيرها على الناس ضعيفاً إذا ما قيست بالخطبة المرتجلة ، إلا أن الارتجال قد يكون غير مأمون العواقب .

ويجب أن يتوفر في الخطيب ليكون قوي التأثير صفات خاصة (بعضها فطري وبعضها مكتسب) كالشخصية الجذابة الباشة اللطيفة ، وطلاقة اللسان والشجاعة ، وكثرة الإطلاع ، والعلم بحالة المجتمع ، وظروفه وعاداته وتقاليده ، والصدق في القول ، والأمانة في المعاملة ، كما يلزم أن يكون المحاضر عالما متخصصا كثير الإطلاع ، يستطيع أن يقيم الحجة والبرهان معتمدا على المنطق أكثر من أعتماده على اللغة [1] .

---

1 - انظر د. صلاح العبد . مبادئ علم الاجتماع . ص 94 .
And See Gustave p. Hart & others, Publinc Communications. P.p. 69 – 70.

2- الاجتماعات :

وهي وسيلة فعالة يجتمع فيها الأفراد وجها لوجه لتبادل وجهات النظر فيما بينهم، واستماع كل إلى آراء ووجهات نظر الآخرين لتكوين رأي عام إزاء مسألة أو مشكلة معينة . ويرى كثير من رجال العلاقات العامة أن هذه الوسيلة أهم وأجدى من الكلمات المكتوبة . وأكثر الاجتماعات جاذبية هو اللقاء العام حيث يشرح رئيس مجلس الإدارة تقريره السنوي للعاملين ، أو عميد الكلية والأنشطة التي تمارس خلال العام ،ونظام سير العمل ، ويستخدم مديرو المدارس الاجتماعات أكثر من استخدامهم لأية صورة أخرى من صورة الإتصال ، فهم يعقدون اجتماعات مع الآباء . ومع المدرسين لمناقشة مشاكل التدريس ، وكذلك مع التلاميذ. كما يعقدون اجتماعات مع مندوبي رجال الأعمال والصناعات [1] .

وقد تكون الاجتماعات محدودة مثل اجتماعات الأسر في الأندية، واللجان الفنية، والجماعات القيادية. وقد تكون اجتماعات عامة مثل اجتماع كل أعضاء المؤسسة ، واجتماعات العاملين في مصنع ، وأعضاء جمعية عمومية ، وقد تكون الاجتماعات دورية منتظمة ، وقد تكون في بعض الحالات طارئة أو حسب الظروف. ورغم تنوع أشكال وأهداف الاجتماعات فإنها تتكون عادة من رئيس وأمين سر أو سكرتير ، وأعضاء. ولكي ينجح الاجتماع ، فلابد من وجود جدول أعمال يكون قد تم إعداده ونشره في بداية الإجتماع .

3- المؤتمرات :

المؤتمرات هي أحدى الوسائل الهامة التي تستخدمها العلاقات العامة ، وهي ذات تأثير عميق، والمؤتمرات أداة لإقامة مناقشة أو تبادل فكري، للإفادة من بحوث وخبرات المختصين حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها أو مرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة ،

---

1 – See Lewin A. Helm & Others, Informing the people, p. 29.

والعمل على الالتزام بها . وتساعد المؤتمرات على مناقشة السياسات ، والجدال حول موضوعات من أجل الصالح العام، وتظهر قيمتها في أنها تعمل على أن يتعرف كل فرد بالآخر. ففي المؤتمرات قد يصاحب الزوجات أزواجهم مما يعمل على إقامة علاقات طيبة بين الجميع .

وتتمثل المؤتمرات في مؤتمرات معاهد الخدمة الاجتماعية، ومؤتمرات رعاية الشباب، ومؤتمرات تشريع العمل الموحد ، ومؤتمر التأمينات الاجتماعية ، ومؤتمر الإنتاج، ومؤتمر وسائل التعليم . وقد جرت العادة ألا تزيد مدة المؤتمر عن أيام محدودة قد تصل إلى أسبوع في بعض الأحيان .

ويتطلب تنظيم المؤتمر أن يعد عناية فائقة ، وبصرف النظر عن هدفه ، فغالبا ما تقع تنظيماته على عاتق قسم العلاقات العامة ، فهي تقوم بإعداد الوسائل السمعية والبصرية ، وفحص الفنادق التي يقيم فيها أعضاء المؤتمر ، والصالة التي يعقد فيها المؤتمر ، والأماكن التي تزار ، وصالات الأكل ، كما يقوم قسم العلاقات العامة بتسجيل اسماء المندوبين حين وصولهم [1] .

4- المؤتمر الصحفي :

عندما تتجمع لدى خبير العلاقات العامة أخبار هامة يرى ضرورة عرضها على الرأي العام في أسرع وقت ممكن ، فإن خير وسيلة لهذا النوع من الإعلام العام السريع هي عقد مؤتمر صحفي . وتبدأ المؤتمرات الصحفية من الاجتماعات السياسية إلى المؤتمرات السنوية الخاصة بالهيئات التعليمية والعلمية . كما تتضح أهمية المؤتمر الصحفي وضرورته في أحوال التراع المتعدد الأطراف . فعندما يحدث إضراب في مصنع ، فإن كلمة مدير المصنع ، أو كلمة زعيم العمال أو زعيم النقابة من أهم الكلمات التي تعنى بها الصحافة، ويهم الصحفيون الإصغاء إليها لنشرها على الرأي العام . وكذلك الحال بالنسبة للخلافات بين الشركات أو الهيئات الأهلية والوزارات أو المصالح الحكومية. وفي هذه

---

1 – See Sam Black. Op. cit. p. 119.

وانظر : محمد محمد عطية . المرجع السابق ، ص 84 .

الأحوال جميعا ينبغي أن تعرض وجهات النظر بصراحة ودقة وأمانة ، وغني عن البيان أن المؤتمر الصحفي له فائدته الكبرى عند تعيين وزير جديد ، أو عند بدأ سياسة جديدة في المؤسسة كسياسة التعليم أو الدفاع أو التموين مثلا .

وتدعو الهيئة في هذا المؤتمر ممثلي الصحف جميعا ، فلا يفضلون البعض على البعض الآخر ، أو يهملون فريقا منهم ، بل يوجهون الدعوة إلى الجميع بلا إستثناء ، وذلك لإبلاغهم بأخبار ومعلومات يعتقد بأنها تهم الجماهير. وقد يتطلب الأمر إعداد البيانات مطبوعة أو مصورة ، أو عينات من المنتجات . ومن المستحسن توزيعها قبل عقد المؤتمر حتى يتسنى للصحفيين قراءتها أو الاطلاع عليها وفحصها ، وبذلك يمكنهم توجيه الأسئلة ذات المغزى والخروج بمعلومات هامة نافعة .

ويحسن دائما أن ينعقد المؤتمر في الصباح ، حيث يكون معظم محرري الصحف في عملهم ، كما أن ذلك يتيح فرصة لامتداد المؤتمر إلى ما بعد الظهر إذا لزم الأمر ، والمحررون الصحفيون لا يرحبون في العادة بمؤتمر يعقد في نهاية اليوم ، بعد أن تكون قواهم قد استنفذت في العمل اليومي الشاق ، وينبغي إخطار الصحف قبل عقد المؤتمر بوقت كاف . أما إذا اضطرت المؤسسة إلى عقد مؤتمر صحفي عاجل بسبب ظروف حالت دون التمهيد له ، فيجب حينئذ إخطار المحررين تليفونيا ، والتأكد من إمكانهم الحضور أو إرسالهم مندوبين عنهم ، ويختار يوم انعقاد المؤتمر (إذا سمحت الظروف) بحيث لا يتعارض مع حدث هام آخر يقع في نفس اليوم .

الدعوة للمؤتمر الصحفي :

إذا سمح الوقت بطبع رقاع دعوة ، فيستحسن إرسالها قبل إنعقاد المؤتمر بأسبوع على الأقل، ويبين في رقعة الورقة الأسباب التي دعت إلى عقد المؤتمر، وأسماء المتحدثين فيه إلى جانب تاريخ ووقت ومكان انعقاده، ويستحسن دائما أن تحتوي رقعة الدعوة على تفاصيل تبين للصحافة أهمية هذا المؤتمر وقيمته الإخبارية. ولا ينبغي أن تزيد هذه التفاصيل فتذيع الأخبار الهامة التي سوف تذاع في المؤتمر وتجعل حضوره لا ضرورة له . ويجب أن يبين الدعوة طريق الوصول إلى المؤتمر إذا كان مكان عقده

غير مألوف للصحفيين . وعند إرسال الدعوات ينبغي ملاحظة القيمة الإخبارية للمؤتمر بالنسبة للصحافة ، فإذا كانت الأخبار محلية دعيت لذلك الصحف المحلية ، وإذا كانت ذات طبيعه عامة دعيت الصحف القومية ، وإذا كانت حدثا من المحتمل أن يكون موضع للاهتمام العالمي دعيت وكالات الأنباء وممثلو الصحف الأجنبية والملحقون الصحفيون في السفارات الأجنبية .

اختيار المكان :

عند اختيار المكان الذي سوف ينعقد فيه المؤتمر الصحفي ، هناك بعض الاعتبارات التي يجب مراعاتها . هذه الاعتبارات هي :

1- أن يكون المكان وسطا يستطيع الكل الوصول إليه بلا عناء ، وأن المواصلات إليه سهلة ومستطاعة ، وأن يكون بالقرب منه موضع لوقوف السيارات الخاصة .

2- إذا دعيت الإذاعة والتليفزيون، فيجب أن يكون المكان صالحا لهذه الأغراض كأن تكون الحجرة ذات مواصفات تجعل الصوت واضحا دون صدى ، وأن تكون بها إضاءة كافية وتهوية .

3- ينبغي أن تكون هناك تليفونات قريبة من مكان المؤتمر ، ليستطيع الصحفيون الاتصال بصحفهم إذا لزم الأمر .

4- أن يكون ملحقا بالمكان مطعم أو صالة طعام تقدم فيه أطعمة خفيفه أو مشروبات إذا تطلب ظروف المؤتمر ذلك .

5- لا ينبغي أبدا عقد مؤتمرات صحفية في صالات يحظر فيها التدخين ، الأمر الذي قد يضطر بعض الصحفيين إلى ترك المؤتمر التدخين في الخارج .

تنظيم المؤتمر :

يحسن أن يكون بجانب باب الدخول مكتب به موظف استقبال يبين للحاضرين أماكنهم ، ويوزع عليهم النشرات ، ويحصل على توقيعاتهم في سجل خاص معد لذلك يبين أسماءهم والصحف التي يمثلونها ، ومن المرغوب فيه أن يكون هناك مرتفع

(مثل منصة)يجلس إليها المتحدثون وأمام كل منهم لوحة عيها إسمه وعلاقته بالمؤسسة. ويجب أن يحمل موظفو العلاقات العامة العاملون في المؤتمر شارة مميزة في عروة سترتهم، حتى يتعرف عليهم الحاضرون ويسألونهم العون والمساعدة إن احتاجوا إليها.

ويجب أن تبدأ ترتيبات استقبال الحاضرين قبل موعد انعقاد المؤتمر بوقت كاف ، حتى لا يفاجأ من يحضر منهم مبكرا بأن المقاعد لازالت ترتب مثلا ، وفى الغالب يحضر المؤتمر خمسين فى المائة من المدعوين ، ومع هذا يحسن الاستعداد لما هو أكثر من ذلك. وينبغى إعداد طاولات ومناضد للكتابة حتى يستطيع الصحفيون متابعة عملهم دون أن يشغلهم شئ ، كما يجب تزويد كل فرد حاضر بالأوراق والأقلام والحبر وما إلى ذلك .

مضار المؤتمرات الصحفية :

يؤدى الإسراف فى عقد المؤتمرات الصحفية إلى التهوين من شأنها .فيجب على خبير العلاقات العامة إلا يلجأ إلى عقد مؤتمر صحفى إلا عند الضرورة ، ولا يليق مثلا أن يدعو مدير جامعة أو مدير شركة أو وزير من الوزراء ممثلى الصحف لحضور مؤتمر صحفى ، فلا يجد منهم تلبية كاملة ، والصحفيون قوم مشغولون دائما ، وهم ولا يحضرون إلا الإجتماعات الهامة التى يخرجون منها بأخبار صالحة للنشر . كذلك فإن الصحفى الناجح يحاول دائما سبق جميع زملائه فى الحصول على الأخبار المهمة والإنفراد بنشرها ، ولا يمكنه المؤتمر الصحفى من السبق ، لذلك يكره الصحفيون الممتازون المؤتمرات الصحفية . ولا يحضرها إلا فى المناسبات الصحفية التى ترغمهم الظروف على حضورها .

5- الإذاعة :

تعد الإذاعة من أكثر وسائل الإعلام انتشاراً وشيوعاً في العصر الحديث، حيث كان لاختراعها ثورة في عالم الكلمة المسموعة ، إذ كانت الكلمة المسموعة قاصرة على المحافل والأندية والجامعات، وصار جهاز الراديو جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية ، وحتى بعد اختراع التليفزيون فالراديو يدخل صوته بغير استئذان ، ويأخذ

الفرد في مأواه . وبفضل هذا الاختراع أصبح الراديو يجتاز البحار والمحيطات والجبال والصحاري . وينقل إلى ملايين من الناس ، حتى صارت أحداث العالم يتعارفها الناس فور وقوعها .

والإذاعة إحدى الدعائم التي يقوم عليها الرأي العام ، بل وتلعب دوراً هاماً في تكوين رأي عام عالمي ، كما أنها تذيع الخبر وتعلق عليه وتعمل على نشر الثقافة ، والمحافظة على القيم العلمية والفنية والقومية والأخلاقية والدينية ، ومعالجة المشكلات الاجتماعية ورعاية المعايير الاجتماعية، وتشجيع الموهبة والابتكار، وترفه عن الجمهور ومن مميزات الإعلام الإذاعي الحيوية التي تنبض الصوت الإنساني والموسيقى والتمثيل والأحاديث المباشرة ، وهي وسيلة بسيطة ، أبسط من القراءة والكتابة ، ولهذا أثر كبير في تحريك الخيال والإيحاء ، وتمتاز بالسرعة والإثارة .

وتعتبر الإذاعة ذات دور فعال فعال في مجالات الحرب النفسية ، وأثبتت نفسها في هذا المجال الخطير لكونها أداة فعالة في التأثير على معنويات الشعب . وتبدو أهميتها في أوقات الحروب لتقوية الجبهة الداخلية من خلف القوات المسلحة ، وذلك عن طريق الأناشيد الحماسية والوطنية والبيانات العسكرية ، وأحاديث وخطب الزعماء والقادة ورجال الفكر وقادة الرأي، مما يؤدي إلى ترابط صفوف الشعب في كتلة واحدة صلبه ، حتى تستطيع القوات المسلحة أداء مهمتها ، وهي مطمئنة إلى أن خلفها جبهة داخلية متماسكة مؤيده لها ، وحتى تستطيع القيادات السياسية التفرغ لأداء المعركة مؤيده بتأييد شعبي لقراراتها السياسية والعسكرية [1].

وتزداد أهمية الإذاعة في المجتمعات النامية، وعلى وجه الخصوص في المجتمعات الريفية فمن المؤكد أن حرمان القرى من وسائل الترويح والتثقيف وانعزالها عن الحياة الحضرية كان من العوامل الفعالة في انتشار أجهزة الراديو الترانسستور[2]، حتى

---

1 – د سعيد سراج . الرأي العام – مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة. ص ص 168 – 188.

2 – انظر : د . زيدان عبد الباقي . وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية. ص ص 398 – 400 .

أصبح من المألوف أن ترى الفلاح يعمل في حقله ، وقد تدلى على كتفه راديو الترانسستور ، وقد أتاح جهاز الترانسستور لمن يعيشون في البقاع النائية أن يشتركوا في الاتصال الإعلامي . وهذا الجهاز الصغير الخفيف أصبح رفيق الإنسان يحمل كل المواد الإعلامية أينما ذهب أو جلس أو رقد في الفراش، أو في رحلاته وتنقلاته، يخبره بالحدث لحظة وقوعه، ويرفه عنه ، وينقل إليه كل المواد التي يفضلها، وحالة الطقس

وحتى أولئك الذين لايملكون أجهزة راديو من أهل الريف ، فإنهم يستمعون إليها لدى الجيران أو الأهل أو الأصدقاء مما يدعونا إلى أن نؤكد أن جهاز الراديو لم يعد ينافس جميع أجهزة الثقافة الأخرى من كتب ومسرح وسينما فقط ، بل أصبح ينافس الآداب والفنون الشعبية [1] .

وتدل الاحصاءات على أن جهاز المذياع أخذ ينتشر في العالم بدرجة كبرة ، فاحصائيات عام 1951 تدل على أن الولايات المتحدة الأمريكية ما يقرب من 40 مليون جهاز مذياع أي بمعدل مذياع لكل عائلة . وكذلك في إنجلترا بمعدل مذياع واحد لكل عائلة ، وفي الإذاعة البريطانية ثلاث برامج رئيسية هي البرنامج الداخلي Home Service ، والبرنامج الخفيف Light Programme ، والبرنامج الثالث Programe Third الذي يوجه للمثقفين ثقافة رفيعه . هذا بالإضافة إلى البرامج الأخرى الموجهة إلى خارج البلاد [2] .

وفي مصر بدأت الإذاعة في الثلاثينات ، وأصبح صوت الراديو جزءاً من الحياة اليومية لمختلف الفئات ، ونجد البرنامج الثاني وإذاعة صوت الشعب ، وإذاعة صوت العرب ، وإذاعة الشرق الأوسط تعزز البرنامج العام بحيث يتسنى لمستمع فرصة الاختيار والاستماع دون ملل .

---

1 – انظر : د. محمد عاطف غيث وأخرين ، مجالات علم الاجتماع المعاصر ، أسس نظرية ودراسات واقعية ص 575 .

2 – انظر : د. صلاح العبد ، المرجع السابق ، ص 94 . وانظر دز إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ص 218 .

هذا ويمكن لخبير العلاقات العامة أن يستفيد من جهاز الإذاعة كوسيلة إتصال، فمادته المذاعة ستكون أكثر استحواذا على انتباه الجماهير ، ولأنها تذاع في مواعيد ثابتة ولعدة مرات في اليوم الواحد . فلو قامت المؤسسة الصناعية بعمل يستحق أن يكون ضمن الأخبار الإذاعية إذن لحققت هذه فائدة إعلامية ضخمة .

وعلى خبير العلاقات العامة أن يحسن اعداد الأخبار الإذاعية التي يبعث بها إلى الإذاعة ، وينتقي أنواع الأخبار التي يرجح اهتمام الجمهور والسلطات الإذاعية بها.

وإذا ما استعرضنا البرامج الإذاعية الترفيهية التي يشترك فيها الجمهور مثل جرب حظك أو "مطبات في الهواء" وغيرها ، والتي تنتهي بتوزيع جوائز على المشتركين في البرنامج ، فما زال المجال فسيحاً أمام العلاقات العامة لأن تقترح التبرع بجائزة من إنتاج المؤسسة أو رحلة على نفقاتها وهكذا .

كما يمكن لخبير العلاقات العامة أن يستفيد من ركن الشباب ، أو ركن الرأي أو ركن الريف ، أو العمال ، والبرنامج التجاري .

ومع ذلك فإن الإذاعة لا تخلو من عيوب يفطن إليها خبراء العلاقات العامة ، فقد يعوزها البرامج الحيوية فيمل منه المستمع ، ولكن هذا العيب يمكن التغلب عليه بتعدد محطات الإرسال. لذلك نجد أن البلاد التي تدار فيها الإذاعة على أسس تجارية تعج بالمحطات المختلفة. ففي الولايات المتحدة الأمريكية — مثلا — يصل عدد المحطات إلى الألف محطة يختار منها المستمع ما يروق له ، أما في البلاد الأخرى التي تدار فيها الإذاعة على أسس غير تجارية كانجلترا ومصر، فإنه من الممكن تعدد البرامج أيضا تعدداً معقولاً. بحيث يخدم المشارب والأذواق. كذلك فهي تلزم المستمع بطبيعتها على تحديد وقته ، ولا تتيح له فرصة الاستماع إلى برنامجين إذا كانا يذاعان في وقت واحد ، لأنها وسيلة زمنية ، بعكس الصحافة فهي وسيلة مكانية .

ومن عيوب الإذاعة كذلك أن أي تدخل صوتي خارجي يفسد الاستماع ، فإذا دق جرس التليفون أو جرس الباب فجأة ، أو حتى إذا صاح طفل أو تحدث ضيف ، كل هذا وغيره يفوت على المستمع فرصة متابعة البرنامج في سهولة ويسر. هذا إلى

إمكانية انصراف المستمع إلى إذاعة محطة أخرى ، كما قد ينصرف المستمع إلى برامج مسلية هزلية النفع بدلا من البرامج المفيدة .

6- المحادثة التليفونية :

المحادثة التليفونية هي حديث بين اثنين عن طريق جهاز التليفون بقصد إنجاز موضوعات أو أمور مصلحية هامة وعاجلة . ويعتبر التليفون من أهم وسائل الاتصال الشفوي في الوقت الحاضر ، فهو يتفوق على المراسلات والخطابات . فصوت الإنسان إذا استخدم استخداماً صحيحاً وسليماً ، والنغمة التي يتحدث بها غالبا ما يحصل على درجة من الانتباه والاحترام لا يمكن الحصول باستخدام الكلمة المكتوبة . فالتغيرات الصوتية تقول الشيء الكثير بما تعجز الكتابة عن ذكره أو شرحه . وبواسطة التليفون يمكن تبادل الآراء والأفكار بسهولة ويسر ، مع التمكن من القضاء على سوء الفهم في الحال .

وتفضل معظم الهيئات والمؤسسات الحكومية والأهلية استخدام التليفون ، ومن أمثلة الأمور التي يستخدم فيها التليفون : دعوة أحد الخبراء أو المتخصصين لإبداء الرأي أو المعاونة في مشكلة أو موضوع لا يتحمل التأخير، وطمأنة بعض الأفراد الموجودين في أماكن بعيدة عن المؤسسة فيما يهمهم من أمور، وتعريفهم بما تقرر لهم أو ما يجب عليهم عمله للحصول على مساعدة عاجلة، والتأكد من حسن سير العمل أو تطبيق الأساليب المتفق عليها، والتنسيق بين البرامج، والتبليغ عن حادث خطير (حرق في المؤسسة أو تسمم بعض أفرادها مثلا). والسؤال عن حالة مرضية ممنوع زيارتها .

ولكي ينجح الاخصائي أو الموجه في استعمال المحادثة التليفونية كوسيلة اتصال عليه أن يحدد أولاً موضوع المكالمة ، والعناصر التي يتضمنها هذا الموضوع ، ثم التأكد من أسم الجهة ، والشخص المطلوب التحدث معه ، ورقم تليفونه ، كما عليه أن يختار الوقت المناسب للمحادثة . هذا مع مراعاة أن يكون الموضوع مما يدخل في

نطاق العمل ، وأنه يستدعى فعلا الاستعانة بالمكالمة التليفونية نظرا لأهميته وصفته العاجلة [1] .

وينبغي الاهتمام بناحيتين :

1- الجودة الفنية .

2- آداب المكالمة .

وتبدأ الناحية الفنية بمدى سهولة الاتصال التليفوني بالمؤسسة ، ولذا يجب أن تكون أرقام تليفونات المؤسسة معروفة للجميع ، وإذا لم تكن معروفة فإن العثور عليها يجب أن يكون سهلاً . ويزيد من صعوبة هذه المشكلة ما نلاحظة من تعمد الكثير من مؤسساتنا إلى ذكر رقم واحد أو رقمين في دليل التليفونات رغم امتلاكها لأعداد من التليفونات أكثر من هذا بكثير . ثم يأتي بعد ذلك ضرورة توافر العدد الكافي من الخطوط الخارجية والداخلية حتى لا ينتظر طالب المؤسسة طويلاً نتيجة لأن الخطوط مشغولة [2] .

أما الناحية الثانية التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند استخدام التليفون كوسيلة إعلامية فهي آداب المكالمة التليفونية .ونكتفي بأن نذكر بعضا من هذه الآداب .

1- يجب الرد على المكالمة بسرعة وفي الحال وبعد الجرس الأول إذا أمكن.

2- ينبغي الابتعاد عند الرد عن استعمال الكلمات الآتية : "هالو" أو "نعم" ... ، بل يجب ذكر اسم المؤسسة . وعندما يرد أحد الموظفين عليه أن يبدأ بذكر اسم الإدارة التي يعمل بها ، ثم اسمه .

---

1 - انظر : د. جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص ص 151 - 154 . وانظر : د. محمد سيد فهمي ، المرجع السابق ص 57 .

2 - انظر : د. جميل أحمد توفيق ، المرجع السابق ، ص ص 151 - 154 . وانظر د. محمد سيد فهمي ، المرجع السابق ، ص 57 .

3- يركز المتحدث على النقاط الرئيسية في الموضوع ، ويجب أن لا يخرج المتحدث عن الموضوع أو يتشعب إلى نقاط فرعية لا ضرورة لها ، وأن تكون البيانات التي يقدمها للطرف الآخر صحيحة وحديثة وواقعية .

4- يجب أن يكون التحدث بأسلوب واضح وسليم ، وبصوت طبيعي وواضح لتجنب الإعادة أو سوء الفهم .

5- ينبغي التحدث بسرعة متوسطة ، وبصوت لا هو بالمرتفع ولا هو بالمنخفض .

6- يجب أن يتخلل المحادثة عبارة "أشكرك" و "من فضلك" ، وأن تنتهي بكلمة تقدير أو شكر للطرف الآخر .

7- ينبغي أن لا تستغرق المكالمة وقتا طويلاً حتى تكون هناك فرصة لكي يستفيد جميع العاملين بالمؤسسة أو الهيئة من هذه الوسيلة فيما يتصل بأعمالهم .

8- إذا استدعى الأمر تحويل المكالمة لموظف آخر ، فمن الضروري أن يتم ذلك بطريقة لطيفة ومرحة ، وعلى الموظف في هذه الحالة أن يتذكر أنه يعمل للمؤسسة كلها وليس لقسم أو إدارة معينة .

9- عند انتهاء المكالمة يجب إعطاء الطرف الآخر فرصة لغلق سماعته قبل أنتفعل هذا من ناحيتك .

10- لا مانع من قيام المؤسسة بطبع كتيب خاص ينطوي على تعليمات وإرشادات بخصوص استعمال التليفون ، وتقوم بتوزيعه على موظفيها .

ثانيا : الكلمة المكتوبة :

الكلمة المكتوبة من أهم وسائل الاتصال، وعلى وجه الخصوص بين الهيئة وجمهورها الخارجي، وهي مازال له سحر وقوة تأثير في الجماهير. ففي الكلمة المكتوبة مجال واسع يعبر فيه صاحبه عن مشاعره بالدقة الكافية لأن أمامه وقتا للتفكير والتأمل ومراجعة ما كتب، وتحسين أسلوبه والربط بين أواصر موضوعه، وعرض الأفكار بطريقة منطقية متسلسلة وتبويب ما يريد قوله بطريقة تسهل على القاريء متابعته .

والكتابة تمكث بين يدي القارئ وقتا قد يطول أو يقصر حسب رغبته واهتمامه ويمكنه أن يرجع إليها أكثر من مرة كلما احتاج إلى ذلك ، وأن يعيد قراءتها أو ما بين سطورها . والكتابة ما بين يدي القاريء إن لم يفهم ما يقرأه أول مرة أعد قراءتها مرات ومرات حتى يستزيد من معلوماته .

وتضم الكلمة المكتوبة كل الوسائل التي تتكون أساسا من كلمات مكتوبة أو مطبوعة ومن أمثلة ذلك الخطابات، والنشرات الدورية، والصحف اليومية، والمراجع، والوثائق، والمذكرات، والكتب، والكتيبات، وصحف الحائط، والملصقات ، ولوحات الإعلانات .

1- الصحافة :

الصحافة هي أولاً وقبل كل شيء إحدى وسائل الاتصال المطبوعة والإعلام الصحفي هو النشر عن طريق الصحف والمجلات . ولا شك أن الصحافة تلعب دوراً هاماً في الحضارات الحديثة ، وتعتبر في البلاد المتقدمة اقتصادياً واجتماعياً جزءاً جوهرياً من مقومات الحياة الفكرية الإنسانية . وللصحافة قدرة في التأثير على الجماهير وتنوير الرأي العام .

وهي من أقوى الأدوات المعروفة للتعليق على الرأي ، وتعتبر حلقة الوصل بين الفرد والعالم الخارجي ، ولولاها لعاش الإنسان في عزلة عما يجري حوله ، إذ لا يوجد دائرة من دوائر حياتنا الاجتماعية لا تقدمها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد .

هذا ولم تختلف الصحافة نتيجة ظهور وسائل الاتصال الأخرى كالإذاعة والتليفزيون والسينما ، بل ظلت في سيرها ، وضمت تحت جناحيها اهتمامات متزايدة للراديو التليفزيون والسينما والمسرح والكتاب ، مما أكد أنها وسيلة الاتصال الأم . فعلى صفحاتها تعيش وتزدهر وتنقد كافة وسائل الإعلام . ومن ناحية أخرى فهي تعطي القاريء حرية كاملة في اختيار الوقت المناسب لقراءتها أو التوقف في أي وقت يشاء . لذلك كانت الصحافة من أصلح الوسائل لنشر الموضوعات المعقدة والدراسات الصعبة ذات التفاصيل المتشعبة .

وتمتاز الصحف بعدة نواحي هي :

1- أن القارئ يتمكن من الرجوع إلى الصفحات السابقة و ملاحقة القراءة .

2- شدة اهتمام القراء عن طريق معالجة الأمور التي يهتم بها المجتمع في حياتهم اليومية ، وتزداد هذه الظاهرة كلما اخذت الصحف الطابع القومي .

3- حيث أن الصحف تصل قراءها يوميا ، فهي يمكن أن تستخدم في بناء الدعاية . ولا يتوافر هذا للوسائل الأخرى التي لا تتمتع بالانتظام .

4- أن الصحف تقرأ في وقت الراحة والهدوء ، وهي في هذا تختلف تماما بمقارنتها بالوسائل الإذاعية حيث أن البرنامج الذي لا يسمع أو يشاهد يضيع بعد ذلك تماما [1] .

ولا شك في أن هناك عوامل ساعدت على ظهور الصحف في صورتها الحالية، وأبرزت أهميتها وهي :

1- ظهور ألوان جديدة من الفن الصحفي - كالطباعة بالألوان ، والتصوير الفوتوغرافي المتناهي الدقة وعلى أبعاد شاسعة .

2- الاهتمام بالصحافة كعلم حتى أنه لا تخلو جامعة من قسم للصحافة بإحدى كلياتها .

3- ظهور الأنظمة الجديد للتوزيع ، واختراع آلة الطباعة الدوارة (الروتاتيف) التي ساعدت على زيادة عدد النسخ المطلوبة ، فأصبح يطبع منها أعداد هائلة في وقت محدود - مما جعل الكلمة المطبوعة تحتفظ بحالتها ، فلا تسبقها الحوادث ، كما عمل تقليل سعر الجريدة على نحو ملحوظ بحيث تصبح في متناول الجماهير.

4- استخدام الإعلان الذي أصبح من أهم موارد الجريدة وساعد بدوره على تخفيض سعرها للقاريء .

---

1 - د. محمد عبدالله عبد الرحيم . المرجع السابق . ص 232 .

5- زيادة سرعة التوزيع بفضل استخدام الوسائل الحديثة لنقل الصحف كالطائرة ، والسكك الحديدية والسيارات بحيث أمكن توزيع الجريدة في مساحات شاسعة جداً في فترة وجيزة ، وأمكن إخراج طبعات خاصة للأقاليم والخارج تصل في أوقات مبكرة . ولولا هذه الوسائل الحديثة لانعدمت حيوية الخبر . ولتأخر وصوله إلى القراء خصوصاً بعد ظهور الإذاعة والتلفزيون .

6- زيادة سرعة وصول الأنباء بفضل استخدام وسائل عصرية كالتليفونات واللاسلكي والأقمار الصناعية وغيرها من الوسائل التي يمكن معها وصول الأنباء إلى أقصى مكان في الكرة الأرضية في وقت ضئيل للغاية [1] .

7- ولم يقتصر دور الصحافة على الخبر ، بل أصبحت تتناول الخبر بالتعليق والتحليل واهتمت بعمل الريبورتاجات والتحقيقات ، كما اهتمت بالموضوعات الثقافية ، وأصبحت تهتم بالفئات المختلفة للقراء ، فهناك صفحة للمرأة ، وركن للشباب ، وآخر للجامعات .

وعليه تلجأ بعض المنظمات إلى تخصيص قسم للصحافة تتبع إدارة العلاقات العامة، ويقوم هذا القسم باستخدام الصحف كأداة لنشر التقرير السنوي وميزانية المصروفات والإيرادات. وتشغل حيزاً كبيراً في الصحيفة يتراوح بين نصف صفحة وصفحتين كاملتين. ويحصل قسم الصحافة على المادة اللازمة لنشراته الصحفية باتصالاته بأقسام الإنتاج المختلفة التي تلبي بصدق ورغبة كل ما يطلبه قسم الصحافة إيمانا منها برسالة العلاقات العامة . كذلك فإن هذا القسم يرد على استفسارات الصحافة .

ويتم عرض رسالة العلاقات العامة في الصحيفة إما في صورة إعلان مدفوع أو في صورة خبر . وعند عرض الرسالة في صورة إعلان ، يمكن للمؤسسة أن تتأكد من أن الرسالة ستظهر بالكامل ، وأيضا بالشكل المرغوب . أما في حالة ظهور الرسالة في

---

1 - محمد غريب البغدادي . المرجع السابق . ص ص 43 – 44 .

صورة خبر ، فسيكون هناك طرف جديد في العملية هو محرر الجريدة الذي قد تكون كلمة في الموضوع ، ورأي هام في الأمر .

وقد تكون نشرات الأخبار ذات طبيعة عامة فترسل إلى جميع الصحف اليومية ، أو قد تكون ذات طبيعة خاصة فتوجه إلى صحيفة معينة لها نوع خاص من القراء . والصحف بدورها قد تكون أهلية أي توزع في جميع أنحاء البلاد ، وقد تكون صحف محلية تظهر في مناطق معينة أو أقاليم معينة . وقد تكون صحفاً تتناول موضوعاً معينا، أو صحفاً عامة لا تقتصر على موضوع واحد بالذات [1].

ومن عيوب الصحافة أنها لا تحظى بالصوت الإنساني ، ومن ثم فهي تفتقد عنصرا معينا يمثل بالنسبة لكل من الإذاعة والتليفزيون والسينما مصدراً للفاعلية والجاذبية . كذلك فإن خبير العلاقات العامة لا يستطيع الاعتماد عليها كل الاعتماد ، فهناك قراء كثيرون لا يقرأون من الصحف إلا العناوين وبعض المقدمات القصيرة ، فهي تحتاج إلى جهد قد يراه الكثيرون أمراً عسيراً لأسباب تتعلق بعقبات نفسيه ، أو قصور فيزيقي ، أو عدم تدريب . كما تحتاج إلى خيال مستمر ومتصل ، والقراء الذين لا يتمكنون من مواجهة هذه الحاجة نظرا لخبراتهم المحدودة ، أو كفاءاتهم غير الملائمة ينسحبون حتما من هذا الميدان .

أما المثقفون فهم يقتصرون على قراءة المواد الإعلامية ، بينما يتضاءل تأثير الصحافة كلما ارتفعت نسبة الأمية في المجتمع ، وينطبق هذا على جميع الدول النامية على حد سواء ، أما القاريء المتوسط فيقتصر على قراءة جزء فقط من الصحيفة ، أو مجرد مطالعة العناوين الفرعية .

ونظرا للسرعة التي تصدر بها الصحيفة فإن التغطية قد تكون غير دقيقة وغير كافية وربما سطحية، كذلك فإن قصر حياة الصحيفة وقصور إمكانياتها الفنية المؤثرة، ونوعية الورق، واستخدام الأوراق، من شأنه أن يقلل من قدرتها على التأثير .

---

1 – د. جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص ص 141 – 142 .

لذا يجب أن تكون صياغة المواد الإعلامية في أشكال مسلية واضحة لكي تستحوذ على انتباه القراء .

2- المجلات :

تعتبر المجلات وسيلة محدودة من وسائل الإعلام في العلاقات العامة نظراً لعدم صدورها يوميا، فهي تصدر عادة كل أسبوع، أو كل أسبوعين، وبعضها يصدر شهريا. كذلك فهي وإن كانت تخاطب جمهوراً محدوداً من رجال الفكر والمهتمين بالبحث العلمي أو الدارسين المتخصصين ، فإن لها تأثيراً عميقا في رفع شأن المعرفة وفي زيادة المقدرة الإنشائية للباحثين والمجتهدين من المواطنين وغيرهم من الاخصائيين في كافة فروع المعرفة .

وتتفاوت المجلات في طبيعتها بين ما هو عام وموجه إلى الجمهور بصفة عامة ، وهي تتناول موضوعات تتفق ورغبات الجمهور العام ، مثل مجلة المصور ، وآخر ساعة ، ومنها ما هو موجه إلى فئات معينة ، وهي ما تسمى بالمجلة الخاصة ، وهي تتناول موضوعات تهم نوعاواحداً من القراء مثل : مجلة حواء للمرأة ، ومجلة الأهرام الاقتصادي لرجال الأعمال ، ومجلة العامل الماهر للطبقة العاملة، والمجلات المهنية المختلفة التي تبحث في النواحي الطبية والهندسية والاحصائية والزراعية والتجارية والبحرية والرياضية والدينية والفنية وغيرها .

وعليه ينبغي على منظم العلاقات العامة أن يتخذ لنشراته الإعلامية المجلات العلمية التي تضم فئات من الجمهور المتخصص في الزاوية التي تتناولها النشرة الإعلامية . وعليه فإن طبيعة الموضوع وشكل الجمهور الموجه إليه الإعلان هو الذي يحدد أداة التوصيل المثلى .

وعموما تمتاز المجلات بالآتي :

1- أن المجلة أطول عمراً من الصحيفة اليومية ، فغالباً ما يحتفظ بها القاريء لمدة أسبوع على الأقل . وهذا يجعله يرجع إليها أكثر من مرة ، وتمر المجلة من شخص لآخر ، والمجلة الواحدة قد يقرأها خمسة أو أكثر من الناس ، بينما الصحيفة اليومية

يقرؤها في الغالب شخص واحد . كذلك فإن قارئ الصحيفة اليومية يطرحها بمجرد تلاوتها أو إمعان النظر إليها .

2- عادة ما تتم قراءة المجلة في وقت الراحة ، وفي جو من الهدوء ، وهذا يجعل اشخص أكثر استعداداً للقراءة والوقوف عند كل صفحة من الصفحات .

3- الإمكانيات الفنية للمجلة أكبر بكثير مما هو متاح للصحف سواء كان ذلك من حيث نوع الورق أو استخدام الألوان والرسوم والصور .

4- تعدد الصفحات وعدم ضغط عنصر الوقت يسمحان بتغطية الموضوعات بشكل أشمل وأدق .

غير أن هناك قيود ومحددات على المجلات نوجزها في الآتي :

1- لا تتميز بميزة السرعة المتوافرة للصحف ، وبالتالي فإن بعض الموضوعات قد لا يثير اهتمام القارئ بالدرجة الكافية . حيث أنه ربما قد يكون ألم بها من خلال الوسائل الأسرع مثل الإذاعة والصحف اليومية .

2- أن تكلفة النشر بها غالبا ما تكون أعلى، مما لا يسمح للمنشآت باستخدامها، ويكون هذا صحيحا بصفة خاصة في حالات المجلات ذات الشهرة والمستوى الرفيع [1] .

3- مجلة الدار House Magazine :

تعتبر مجلة الدار إحدى وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة . وتصدر هذه المجلات أسبوعيا أو كل أسبوعين أو شهريا . وتحتوي أخبار البحوث العلمية والجديدة في مجال الإنتاج والإنشاءات الجديدة والمشروعات التوسعية المستقبلة. وقد يطبع من العدد الواحد بضع مئات ، كما قد يبلغ العدد المطبوع أكثر من 100 ألف نسخة .

1 - د. محمد عبدالله عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص ص 135 – 136 .

وتبدو قيمة مجلة الدار في أنها تعمل على تحسين العلاقات مع جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي ، ولهذا يوجد بصفة عامة نوعين من مجلات الدار الداخلية والخارجية . ومجلات الدار الداخلية هي مجلات تصدرها المؤسسات المختلفة وتوزعها على أفراد أسرها وموظفيها . أما مجلات الدار الخارجية فهي التي تصدرها الشركات لغرض توجيهها وتوزيعها على أشخاص خارج المؤسسة مثل العملاء الموزعين والمودعين .

وتختلف مجلات الدار اختلافا كبيراً سواء في أحجامها ونموذجها وطابعها ، فبعضها يشبه المجلات الأهلية، وبعضها الآخر لا يزيد حجمه ورقة واحدة تطبع على الجستتنر. ولهذا يتحكم في تكاليفها عدة متغيرات هي : شكلها ، عدد الصفحات ، اللون، طريقة التوزيع، تكاليف النشر، الفن، الصور الفوتوغرافية، المساهمات المدفوعة ، الدخل .

ويجب أتباع المبادئ الآتية عند استخدام مجلات الدار :

1- استخدام المقالات التي تتعلق بالناس بدلا من تلك التي تتعلق بالأشياء .

2- الاهتمام بالعمال وصغار الموظفين أكثر من الاهتمام بهؤلاء الأفراد الذين يجلسون على قمة المؤسسة .

3- التوسع في استخدام الصور .

4- ينبغي أن تمثل المقالات أوجه نشاط المؤسسة تمثيلاً صحيحاً ، فلا تتحيز لبعض الإدارات أو الأقسام وتتجاهل البعض الآخر .

5- عند مخاطبة الإدارة للعمال والموظفين ينبغي أن يكون الحديث على أساس المخاطبة بين رجل ورجل ، على أن ذلك لا يجب أن يصل إلى الحد الذي يفقد أو يقلل من الهيبة والوقار [1] .

---

1 - انظر : د. جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص ص 142 - 148 . وانظر : د. محمد سيد فهمي ، المرجع السابق ، ص ص 54 - 55 .

4- مجلة الحائط :

لوحظ أن تمكين التلاميذ والطلاب من التعبير عما يجيش في صدورهم من معلومات وأفكار وما يترسب في آدائهم من قراءات ومطالعات ، عن طريق الاشتراك في إعداد وتنسيق وإخراج مجلة حائطية تكتب بخط التلاميذ أنفسهم، يعتبر من أهم الأساليب التربوية في التنظيم والإدارة والاتصال بالأفراد والجماهير، إلى جانب ما تحققه من تبادل الأفكار واتصال الاتجاهات ، مما يساعد على تبلورها في النهاية حول الهدف التربوي المشترك الذي يتفق مع الفلسفة التعليمية في البلاد [1] .

5- لوحة الإعلانات :

تعتبر هذه الوسيلة واسعة الاستعمال في مختلف أنواع المنظمات ، بل وفي كل إدارة بالشركات التجارية والصناعية والمصالح الحكومية ، وفي كل قسم ، وفي الأماكن العامة، وفي الترام، والأتوبيس وغيرها . وتعتبر لوحة الإعلانات وسيلة جيدة لتأكيد البيانات التي يتم تداولها بين العاملين . كما أنها تسهل الوصول إلى الجمهور الداخلي للمنظمة ، وتقلل من الشائعات أو المعلومات التي لا اساس لها .

ويمكن أن تجذب لوحات الإعلانات الاهتمام إذا تم تجديدها والمحافظة على جذب الانتباه ويمكن أن تجذب لوحات الإعلانات الاهتمام إذا تم تجديدها والمحافظة على جذب الإنتباه، بحيث لا تكون الأخبار التي تتضمنها متقادمة ، أو غير ذات موضوع، لأن مما يسبب ضيق القاريء رؤية نفس اللوحة بشكل متكرر بعد أن يصبح ما عليها مجرد تاريخ [2] .

هذا وتقوم الشركات بتعليق لوائح الجزاءات في أماكن ظاهرة للعمال والموظفين ، ولا شك أن أحسن مكان لها هو لوحة الإعلانات ، ويجب أن توضع في الأماكن التي يكون ضغط الجمهور فيها شديد كالممرات داخل المصانع أو الشركات أو بجانب

---

1 – د. محمد طلعت عيسى. العلاقات العامة أصولها وتطبيقاتها . ص 193 .

2 – د. محمد عبدالله عبد الرحيم . المرجع السابق . ص 206 .

المطاعم والكافيتريا أو على مداخل دورات المياه . وأن تكون في أماكن مضاءة جيدة وعلى ارتفاع مناسب حتى يستطيع الإنسان قراءتها بسهولة [1].

6- الملصقات :

الملصقات عبارة عن لافتات كبيرة تعلق على الحائط داخل المصنع أو الأماكن العامة فهي توجد في أماكن ثابتة حتى يتحرك الجمهور إليها شأنها في ذلك شأن لوحة الإعلانات ، وتعلق الملصقات داخل المصنع لتذكر العمال بواجباتهم أو لتنبههم إلى خطر تعرضهم للحوادث أو لتحذرهم من عدم استعمال ملابسهم الواقية، كما قد تستعمل في الخارج ، فنجد مثلا أن مصلحة الاستعلامات تنشر بين الحين والحين الملصقات في الميادين والشوارع كتبت عليها عبارات تتضمن رفع معنوية الشعب. كما تعلق مصلحة الاستعلامات على مداخل المدن وخارجها ملصقات كتب عليها "مرحبا بك في الإسكندرية" [2] .

7- الكتاب :

يحظى الكتاب بشيء كثير من الاحترام كوسيلة من وسائل الاتصال . وهو بخصائصه الذاتية يجمع بين فضائل وسيلة الاتصال الجماهيري بحكم الأعداد المطبوعة منه ، وبين فضائل الاتصال المباشر ، لأن القاريء لا بد وأن يخلو له ويعد نفسه ويتهيأ للقراءة . ولأن الكتاب يمتاز بالعمق والدراسة ، فهو وسيلة مفضلة للباحثين عن المضمون الجاد . ويرتبط انتشار الكتب بالمستوى التعليمي في المجتمع ، فكلما ارتفع مستوى التعليم زاد توزيع الكتب ، وكلما انخفض مستوى التعليم تقل قراءة الكتب والمدينة هي بيئة الكتاب فهو يقل أو يكاد ينعدم في القرية ، غير أن وسائل الإعلام الأخرى تقلل تدفق توزيع الكتاب في العواصم الكبرى بمغرياتها وبتبديد طاقات التطلع للمعرفة لدى الراشدين من الشاب .

---

1 – د. عادل حسن . المرجع السابق . ص 52 .

2 – د. عادل حسن . المرجع السابق . ص 50 .

وفي مصر ساعدت ظروف الحرب العالمية الثانية في زيادة توزيع الكتب لأن وقت البقاء في البيوت أضحى أطول ، ولأن المسارح ودور السينما والنوادي في ظل الغارات الجوية تفتقد معظم روادها .

وليست هناك علاقة ثابتة بين ارتفاع المستوى الاقتصادي وزيادة توزيع الكتب فقد تزهد المجتمعات المترفة في الكتاب وتلجأ إلى وسائل أكثر ترفيها . وقد تكون هناك سمات خاصة للثقافة الوطنية في مجتمع من المجتمعات تجعل للكتاب أو لنوع من الكتب وضعاً أكثر انتشاراً . فمن الشائع بين المثقفين العرب أن العراق من أكثر العرب قراءة للشعر ، وأن المصريين من أكثر العرب قراءة للقصة القصيرة[1] .

8- الكتيبات :

تحتاج المؤسسات مهما كان حجمها أو طبيعة عملها إلى إصدار كتيبات من وقت لآخر للجمهور الداخلي والخارجي ، وإن كانت الصيغة الغالبة على الكتيبات هي الموضوع التي تهم الجمهور الداخلي للمؤسسة ، وقد تزود بالصور. ولا شك أن إصدار الكتيبات يساعد على إيجاد علاقات عمالية طيبة وعلى تحقق سلم صناعي بين الإدارة والعمال . فهي تقدم الشركة إلى الموظف الجديد ، وتميط اللثام عن نوع الوظيفة التي سيلحق بها ، ومركزها في السوق ، ونوع الأفراد الذين سيعمل معهم ، وهل توجد نقابة أو لا توجد وكيفية الانضمام إليها ، ومقدار الاشتراك فيها ، ونوع الخدمات التي تؤديها الشركة إلى العاملين بها وهكذا [2] .

9- النشرة :

قد ينظر القاريء بشيء من عدم الاكتراث إلى النشرة كوسيلة إعلام ، ولكننا كإعلاميين ينبغي أن تكون لنا نظرة مختلفة . إن النشرة لأعضاء الحزب ، والنشرة للسياح وللمتخصصين وسيلة إعلام مناسبة ، تتفوق في تأدية أهدافها على وسائل

---

1 – د. محمد سيد محمد . المرجع السابق . ص ص 80 – 81 .

2 – د. عادل حسن . المرجع السابق .ص 49

إعلام إلكترونية ضخمة ، وللنشرة أهمية أخرى أكبر خطراً وأكثر فائدة عندما تصبح كالكلام السهل البليغ . فمثلا تصبح الدراجة في بعض الأحيان أهم في الإنتقال من السيارة عندما تضيق الطرقات إلى الحد الذي لا يسمح للسيارة بالمرور ، وبالرغم أن ذلك لا يحدث إلا نادراً ، إلا أنه ممكن الحدوث مرة ثانية إذا لم نجد للسيارة البترول الذي يدير محركها [1] .

10- النبذات :

قد يراد بالنبذات أن تشجع على بيع إنتاج معين أو خدمة معينة . كما قد تشتمل على تقرير لأمين الصندوق أو لمجلس الإدارة .

وللنبذات قيمة كبيرة في حشد الحملات وتعبئتها . لأن الذي يشن حملة قل أن ينجح في حشد مؤيدين له بمجرد الاتصال بهم مرة واحدة اتصالا شخصياً ، فلا بد من إعطاء الشخص شيئاً يأخذه إلى داره معه يتأمله ويريده لغيره من الأصدقاء والأقرباء ، ولا بد لمحتويات النبذة أن تكون جذابة .

وقد تتألف النبذة من صفحة واحدة توزع بكميات كبيرة من منزل إلى منزل بطريقة وضعها تحت الباب أو وضعها في صناديق البريد الخاصة في المنازل .

ويحتاج تحرير النبذات وإخراجها في شكل جذاب إلى كثير من الحذق ، فلا بد من إختيار نوع الورق ، وانتقاء الصور التي لها نزعة إنسانية وترتيب المقالات والصور ترتيبا من شأنه أن يؤثر في القاريء وقد يقصد بالنبذه حمل قرائها على القيام بعمل ما، أو إثارة عاطفتهم أو حملهم على الشراء ، أو نقل معلومات إليهم وإستعمال النبذات مفيد جداً في الإجراءات الخاصة بجمع التبرعات ، وفي التعريف بالبرامج الوطنية والإنسانية [2] .

---

1 – محمد سيد محمد . المرجع السابق . ص 85 .

2 – انظر د. محمد محمود الجوهري . العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام. ص ص 120 – 122 . وانظر : محمد غريب البغدادي ، المرجع السابق ، ص ص 110 – 112 .

11- المراسلات :

وهي أداة اتصال مباشر بالأفراد ، لذلك تستعمل بصفة منتظمة للوصول إلى العمال والموظفين والموردين والعملاء والموزعين والأطباء المهندسين ورجال المجالس النيابية ولمحرري الجرائد وأنواع الجماهير الأخرى ، وهي تتكون من الخطابات العادية أو التلغرافات أو البطاقات وأي شيء آخر وتعتبر أداة فعالة يستخدمها رجل العلاقات العامة في نقل رسالته إلى الجمهور [1] .

12- الخطابات :

للخطابات الشخصية آثار عظيمة بالغة غالباً ما نجعل قيمتها . وليس معنى ذلك أن يكون الخطاب موجها إلى فرد ، فقد يكون موجهاً إلى جماعة من الناس . ولكن معناه أن كل متسلم له ينبغي أن يدرك أن هذا الخطاب رسالة خاصة به هو . فلابد إذن من مراعاة الموضوعات التي تثير اهتمام الذين توجه إليهم الخطابات ، وكذلك مراعاة ثقافتهم وخصائصهم، وقد يكون النداء في الخطابات ماليا أو قد يكون دينياً وسياسياً، ولمن لابد لكاتب النداء من أن ينشيء صلة مشتركة بينه وبين متسلم الخطاب تلقى في روحه أن الرسالة معدلة خصيصاً .

وتمثل الخطابات العمود الفقري للاتصالات الداخلية للمنظمات . فالخطابات يمكن استخدامها في خلق نوع من الاتصال المباشر السريع مع الفئات الجماهيرية المحددة، ويمكن استخدامها بشكل منتظم أو في مناسبات معينة، حيث لا تتأخر العلاقات العامة في كتابة تهنئة لزميل على نجاحه في عمل جديد، أو تشكر متطوعاً على ما أداه من خدمات، أو تثني على رئيس تحرير جريدة لمقال ممتع نشره عن مؤسستك. هذا ويمكن أن تخرج الخطابات بواسطة المدير العام أو رئيس أحد الأقسام لتوزيعه على العاملين ، كما أن هناك الخطابات التي تخرج من المنظمة إلى قادة الرأي في المجتمع وأعضاء بعض المهن كالطب ، أو التعليم ، وممثلي الشعب ، والموردين ، ومحرري الصحف ... إلخ .

---

1 – د. عادل حسن ، المرجع السابق ، ص 46

ولما كان الخطاب لونا من ألوان العرض والتقديم فينبغي عدم الاقتصار على خطاب واحد ، بل لا بد من أن تتلوه وسائل أخرى لمتابعة الموضوع ، وليس توجيه عناية خاصة إلى الذين يردون على هذه الخطابات ردوداً طيبة ، كما ينبغي الحرص دائما على الاحتفاظ معهم بصلة طيبة . ومن الأساليب التقليدية في برامج العلاقات العامة إعداد قوائم بأسماء الأشخاص الذين توجه إليهم خطابات المؤسسة أو مطبوعاتها .

ثالثا : الوسائل المرئية :

تعطي الوسائل المرئية درجة عالية من الواقعية والوضوح ، فهي تستخدم لجذب انتباه الجماهير . وذات تأثير أبوي وأكثر فاعلية من الكلمات المسموعة أو المكتوبة ، وتلصق بذاكرة المشاهد ، وإذا ما استخدمت مع الكلمة المسموعة فهي تعطي ثقة كبيرة للمتحدث .

1- المعارض :

تعتبر المعارض من أهم وسائل الاتصال، وأداة كبرى من أدوات العلاقات العامة، فأمريكا وحدها تقيم كل عام حوالي **2200** معرض وسوق دولي يزورها **60** مليون فرد .

ويقصد بالإعلام بالمعارض تقديم المعلومات والحقائق والأفكار والآراء عن طريق معرض يختار في مكان متوسط ومناسب. وتبرز هذه المعارض صورة مجسمة عن نشاط الهيئة أو مؤسسة معينة بترتيب وتنظيم معين بشكل يجذب انتباه الجمهور . ويمكن تدعيم المعارض بالخرائط والرسوم البيانية والصور والرسوم والإذاعة الداخلية والأفلام والكتيبات والنشرات والسليدز والملصقات واللافتات والنماذج المجسمة . ويتم هذا جميعه بهدف أن يتعرف الجمهور على جهود وخدمات هذه الهيئة ، وعن أحدث التطورات في فنون الإنتاج.

والمعرض ليس وسيلة لترويج المنتجات والمبيعات، بل يمكن عن طريقة تقديم المؤسسة إلى الجمهور كمرفق . ففوائد المعارض في بناء الشهرة الطيبة أمر معروف وواضح سواء عند استخدامها لتعليم المجتمع المحلى ، أو عند محاولة الوصول عن

طريقها إلى الجمهور العام . كما تعتبر من الوسائل الفعالة لتقوية العلاقات الاجتماعية بين المؤسسات ، وبعضها في الداخل والخارج ، وبين المجتمعات وبعضها بصفة عامة . بالإضافة إلى أنها تسعى إلى تحقيق أهداف اقتصادية كعقد الصفقات التجارية ، أو عمل الإتفاقيات للتبادل التجاري . وتعد المعارض كذلك تعبيراً عن نشاط الدول ودليل على ارتفاع وعيها الاقتصادي ، ومظهر من مظاهر التقدم والرخاء فيها .

وتتدرج المعارض من نافذة العرض في محل تجاري حتى تصل إلى الأسواق الدولية ، والمعارض العالمية ومنها الثابت عرضها والمتنقل ، والدوري والدائم . ففي كل مصنع تقريبا توجد غرفة الاستقبال أو مكان يتقابل فيه العمال والموظفون أثناء غذائهم ومثل هذا المكان يعتبر مكان طبيعي لإقامة معارض صغيرة تعرض فيها منتجات الشركة ، ويشرف على إعدادها وتنظيمها رجل العلاقات العامة ، ونافذة العرض في المحل الصغير أو المصنع هي أقصر طريق لجذب العميل . وينبغي أن يعرض فيها أحسن ما يحتوي المصنع أو المحل من بضاعة . فعلى أساسها يحكم الجمهور العابر على قيمة ما بالداخل. وعامل التوقيت مهم في نوافذ العرض بحيث يتفق ما يعرض مع الفصل السنوي والأحداث التي تهم الرأي العام .

وبالإضافة إلى ذلك هناك المعارض المتنقلة ، والمعارض المؤقته ، والمعارض الدائمة . ومن أمثلة المعارض المتنقلة المعرض الياباني المتنقل، وهو عبارة عن باخرة ضخمة صممت لتكون معرضا لأهم المنتجات الصناعية والزراعية اليابانية، وهي تنتقل من ميناء إلى آخر حيث يزورها أهالي الدول المختلفة. ومن أمثلة المعارض المؤقته المعرض الزراعي الصناعي الذي يقام سنويا لعدة شهور بالقاهرة . ومن أمثلة المعارض الدائمة ما تعرضه بعض الشركات بصفة مستمرة في مبنى برج القاهرة. كما تنقسم المعارض إلى معارض إقليمية كالمعرض الصناعي بالمحلة الكبرى، أو معارض أهلية كالمعرض الزراعي الصناعي الذي يقام سنويا بالجزيرة بالقاهرة ، أو معارض دولية كمعرض ليبزج بألمانيا .

هذا وينبغي على المؤسسة أن تقرر عما إذا كان الاشتراك في المعرض ضرورياً ، وعما إذا كان لدى المؤسسة من المنتجات ما يكفي حاجة المشترين من السلع المعروضة، وعما إذا كان المخصص للعرض مناسبا سهل المواصلات. ولهذا فقد سارت وزارة المواصلات منذ سنوات عديدة في سياسة من شأنها تخفيض تذاكر السكة الحديد ذهابا وإيابا (من البلد الذي يقيم فيها الزائر إلى القاهرة حيث يقام المعرض الصناعي الزراعي) بمقدار النصف إمعانا في تشجيع أكبر عدد من الجمهور على ارتيادها ، كما طبقت نفس السياسة بالنسبة لمعرض المحلة الكبرى الذي أقيم في أواخر عام 1962 .

هذا وينبغي على المؤسسة كذلك أن تقرر عما إذا كان عدد المترددين على المعارض السابقة للمؤسسة يشجع على التفكير في إقامة معرض جيد . وفي جميع الحالات غالبا ما يقدم المعارض كتالوجا يسترشد به الزائر [1] .

أما عن مكان العرض فيراعى أن يتسع للمعروضات مع وجود مساحة تكفي ترتيبها وتنظيمها بشكل لافت للنظر، مع وجود مكان لمكتب مبيعات ملحق بالمعرض إن كان ذلك من أهداف إقامته. ومدى تناسب إيجار المكان مع الميزانية المخصصة للمعرض، ومعرفة إذا كان الإيجار يتضمن بعض الخدمات الأخرى كالتلكس والتنظيف وترتيب المعروضات في أماكنها والإضاءة ، وماهي شروط صاحب المعرض من حيث حجم المعروضات وطريقة عرضها وطبيعتها. وعموما فإن أفضل مكان لهذا العرض الصناعي يكون في المعارض العامة أو شبه العامة، حيث يجتمع عدد ضخم من الناس لغرض مشاهدة معروضات عدد كبير من المؤسسات بما فيها عرض الشركات المعنية .

والاعتراض الوحيد الذي يوجه إلى المعارض الصناعية هو أن فائدتها تقتصر على عدد محدود من الناس الذين يزورون المعرض .

1- See Sam Black, op. Cit. p 75.

2- الصور الفوتوغرافية :

الصور الفوتوغرافية هي أحدى الأدوات الهامة التي تستخدمها العلاقات العامة ، وهي أنجح أساليب الاتصال بالرأي العام. ويتقبلها الجمهور باعتبارها حقيقة ثابتة لأحداث وحقائق ، وليس من الضروري تقديم العلاقات العامة معملا لاعداد الصور، ولكن يحتاج فقط إلى مجموعة من الأفلام ولمبات الضوء وسجل منظم لصور المناسبات مع شرح واف لكل صورة ، وإلى مصور يمتاز بخيال خصب ، يقول دائما . هل هذا الشيء يستحق التصوير ؟ وبمعنى آخر – هل الصورة هي الأسلوب للتعبير عن هذا الشيء؟ ومن ثم ينبغي على رجل العلاقات العامة أن يتعرف على عدد من المصورين، ويزود معارض التصوير ، ويدرس أعمال المصورين ، ويتعمق في الصور الموجودة في المحلات ، فمثل هذه الأفعال تؤدي به إلى الاستقرار على مصور معين . وفي الحقيقة تؤدي الصورة الجيدة فوائد عظيمة لا يمكن حصرها إذا أحسن استخدامها بما يتمشى مع النزعاتى الإنسانية [1] .

3- الرحلات والزيارات :

تعتبر الرحلات والزيارات من أفضل وسائل الاتصال غير الرسمية التي لاقت اهتماما بالغاً من جانب المؤسسات نظرا لما تحققه من توثيق الروابط بين المؤسسة وجمهوره الداخلي والخارجي على حد سواء. وفي الواقع تعتبر مباني ومصانع ومكاتب المؤسسة معرضا من وجهة نظر العدد الضخم من زائري المؤسسة سواء أرادت الشركة ذلك أم لم ترد. ومن ثم أصبح من الحكمة على المؤسسات أن تستخدم مصانعها ومكانتها ومبانيها كأدوات تعمل على بناء الشهرة الطيبة .

إن النشاط التي تقوم به المؤسسة في شكل رحلات تضم مجموعةمن جمهورها الداخلي إلى إحدى المشاتي أو المصارف أو الأماكن العامة أو المعسكرات التي تقام

1- See Herbert & Peter Lloyd op. cit. p. 104 and See Sam Black, op. cit. p. 60.

وانظر جمعية تعليم الكبار ، المرجع السابق ، ص 45 .

خصيصا لهذه الأغراض تعتبر فرصة نادرة لتبادل الآراء بطريقة غير رسمية . وهذا يؤدي إلى زيادة الألفة بين الأفراد . ويهيىء الجو لتكوين صدقات متبادلة بعيدا عن الجو الروتيني للعميل ، بل إنه في بعض الحالات تكون الفرصة الوحيدة التي تمكن الافراد من الاختلاط برؤسائهم الإداريين ، وتبادل الآراء والمعلومات معهم . وعادة ما ينظر الجمهور الداخلي للمؤسسة إلى هذه الحالات على أنها دليل اهتمام المؤسسة بهم وعدم توانيها في استغلال كافة الفرص الممكنة للترويح عنهم لقاء نفقات زهيدة تتحمل المؤسسة الجزء الأكبر منها .

وتحقق الرحلات مزايات إيجابية في علاقة المؤسسة بالجمهور الخارجي فالكثير من المؤسسات لا يقتصر الاشتراك في الرحلات على موظفي وعمال الشركة فقط ، بل يسمح لبعض فئات الجمهور الخارجي مثل الموزعين والمساهمين وكبار العملاء بالاشتراك فيها [1] .

وتستفيد بعض مؤسسات من فرص حضور الزائرين فتقدم إليهم كتيبات إرشادية عن عمل المؤسسة يستطيعوا دائما أن يرجعوا إليها كلما عنى لهم ذلك ، وهذا الكتيب لو توفرت فيه الحقائق الهامة وظهرت بشكل بسيط وسهل ، يصبح من أهم وسائل الإعلام الممكن استخدامها . فهي تقدم إلى الشخص الزائر في الوقت الذي يكون فيه على اتم استعداد لاستلام رسالة المؤسسة ، لأن مجرد حضوره للزيارة يظهر مدى اهتمامه بهذه العملية .

وينبغي أن تلبس المؤسسة أبهى حللها وتتزين في ذلك اليوم ، ويجب مراعاة نظافة أقسام الزيارة ، ويجب أن يتأكد المهندسون من صلاحية الأجهزة والآلات للعمل لاسيما تلك التي يمر بها الزوار ، وإن تعطل ذلك لسبب من الأسباب فيجب أن يعدل خط السير لتجنب الأقسام التي تعطلت آلاتها .

---

1 – انظر : د. جميل أحمد توفيق . المرجع السابق . ص ص 164 – 165 . وانظر د. محمد سيد فهمي ، المرجع السابق ، ص 69 .

وينبغي الحرص الشديد على كفالة اعتبارات الوقاية والأمن ، واتخاذ كافة التدابير حتى لا يصاب أحد من الزائرين بأذى فتنقلب الزيارة إلى عكس المقصود منها .

ومن الواجب أن يرى الزوار أهم مناطق المنشأة حتى يلموا بكل مراحل الإنتاج ، وأن يلسموا الاحتياطات التي تتخذها الإدارة لوقاية العاملين من إصابات العمل ، وأن يشاهدوا نواحي الخدمات الصحية والاجتماعية التي توفرها المؤسسة للعاملين بها، أو المجتمع المحلي. كما يتحتم مشاهدة المعدات الحديثة التي تطمئن الزوار على مسايرة الإنتاج في المؤسسة لروح العصر [1] .

ويتم الرحلات على مراحل نوردها في الآتي :

مرحلة الاعداد للرحلة :

1- في هذه المرحلة يجب أن يهتم المسئول عن الرحلة بنواحي متعددة من بينها ما يلي :

موعد الرحلة مع مراعاة ظروف الأعضاء، وجهة ومكان الزيارة ، ويحدد المسئول ميعاد الرحلة، وعدد الأعضاء، والمشرفين الذين سيشتركون فيها،وتشكيل اللجان اللازمة منهم، ثم الإعلان عن الرحلة قبل تنفيذها بوقت كاف. ومن المهم أن يشمل الإعلان أغراض الرحلة، وبعض الحقائق الرئيسية من مكان الزيارة – وقد يتم الإعلان باستخدام سبورة طباشيرية أو مجلة حائط أو بطاقة أو نشرة أو ما أشبه ذلك.

2- المشرفون المساعدون :

يختلف عدد المشرفين المساعدين من رحلة إلى أخرى تبعا لظروف كل منها . ففي الرحلة الطويلة – مثلا – يخصص عادة مشرفان للعشرين عضواً ، ثم مشرف لكل عشرين عضو بعد العشرين الأول ، ويلاحظ أنه كلما كان عدد أعضاء الرحلة قليلا (15 – 25 مثلاً) زاد احتمال في الرحلة تحقيق أهدافها . ويراعي في المشرف المسئول عن الرحلة أن يكون رزينا، منطقيا، صبورا، دقيقا، حازماً ، سمحاً ، قادراً على تكوين

---

1 – د. صلاح الدين عبد الباقي . المرجع السابق . ص ص 94 – 95 .

علاقات طيبة مع الغير، عليما بمكان الزيارة، ودارسا للقواعد المالية والإدارية الخاصة بالرحلات وكيفية استعمالها. كما يراعي في اختيار مساعديه ممن لديهم الاستعداد للتعاون وتحمل المسئولية .

3- التصريحات :

يلزم الحصول على موافقة كتابية على القيام بالرحلة من رئيس المؤسسةالتي يتبعها الأعضاء، كما أنه من المهم مخاطبة الجهة المطلوب زيارتها والحصول على موافقتها إن لزم ... ومن المهم إحاطة هذه الجهة بأغراض الرحلة وعدد المشتركين فيها وفئاتهم وموعد الرحلة ومدتها وأنواع التسهيلات المطلوبة ، حتى تكون هذه الجهة على بينة قبل البت في موافقتها .

4- إعداد الدليل :

يتضمن الدليل الذي سيوزع على كل عضو من أعضاء الرحلة اسم الهيئة أو الجهة المراد زيارتها ،وعنوانها ،ومكان المقابلة ، وموعد القيام بالرحلة ، واسم المشرف المرافق وأمناء الأعضاء المشتركين، وأغراض الرحلة والنقط الهامة الواجب ملاحظتها، كما يحتوي الدليل على برنامج الرحلة يوم بيوم على بيان المواعيد المحددة .

5- وسيلة الانتقال :

يجب الاهتمام والتدقيق في اختيار وسائل المواصلات في شتى خطوات الرحلة، وإتخاذ الإجراءات لحجز القطارات والسيارات إن لزمت . والمعروف أنه لا يجوز لهيئة حكومية أن تستعمل السيارات العامة كوسيلة للإنتقال طالما يمكن أن تؤدى السكك الحديدية الغرض نفسه . وتمنح السكك الحديدية تخفيضات بنسب مختلفة إذا زاد عدد الأعضاء عن عشرة .

6- الميزانية :

يجب على مشرف الرحلة أن يحدد نفقات الرحلة ومصادر الحصول عليها، ويراعي بقدر الإمكان أن تقل تكاليف الرحلة ليتيسر لكافة الأعضاء الاشتراك فيها، وتتضمن المصروفات أجور المواصلات، والطعام ،والمبيت ، والترفيه . أما الإيرادات

فهي عبارة عن اشتراكات الأعضاء وما قد تدفعه المؤسسة من مبالغ معتمدة للرحلات مثلا .

7- الادوات الشخصية :

يصرح المشرف للأعضاء نصيب كل منهم عما سيحضره معه من أدوات وملابس تتناسب مع الرحلة .

8- الاسعافات الاولية :

من المهم وجود حقيبة للأسعاف بها بعض الأدوية والأدوات التي تلزم لإسعاف الحالات الطارئة كالمغص والجروح والحروق .

9- سلوك الاعضاء :

يلزم الاتفاق مع الأعضاء على مراعاة آداب السلوك أثناء الرحلة ، فينبه الأعضاء مثلاً للمحافظة على الآثار ، والممتلكات العامة ، وإلى مراعاة حسن المظهر واحترام كل بلد وتقليدها .

10 - المبيت والتغذية :

من المهم عمل الترتيبات الخاصة بالمبيت والتغذية إن لزمت . ويمكن أن يبيت الأعضاء في أماكن تختلف حسب فئة الأعضاء وحسب المبالغ المخصصة للصرف على الرحلة . وقد تكون هذه الأماكن في المدارس والمعسكرات وبيوت الشباب واستراحات الشركات والهيئات والمصالح الحكومية والفنادق . أما عن كيفية حجز أماكن المبيت فتتم في جميع الحالات عن طريق كتابة خطاب من المؤسسة التي ستقوم بالرحلة إلى المكان المرغوب المبيت فيه مع السؤال عن تكاليفها .

مرحلة التنفيذ :

لحسن تنفيذ الرحلة ، يجب مراعاة إشتراك الأعضاء في مسئوليات الرحلة فقد يقوم مشرف الرحلة بتشكيل لجان مختلفة من الأعضاء (كلجنة التغذية ولجنة النظام ولجنة النشاط واللجنة الثقافية وهكذا) . مع تخصيص مشرف أو رائد لكل لجنة .

مرحلة المتابعة والتقويم :

يقوم المشرف بالإجابة على الأسئلة الآتية :

هل حصل الأعضاء على حلول لمشكلاهم وإجابات لأسئلتهم ؟ وهل حققت الرحلة أغراضها ؟ هل تستحق الرحلة ما انفق عليها من مال ووقت وجهد ؟ ما هي العقبات التي صادفت الرحلة ؟ هل يمكن التغلب عليها في الرحلات القادمة (سلوك الأعضاء ، وجود مرشد ، المواعيد ، المواصلات ، مثلا) [1] .

رابعا : الوسائل المسموعة والمرئية :

استخدم اخصائيو العلاقات العامة الوسائل السمعية والبصرية – أي ما يشاهد ويسمع . ولا شك أن كوداك ايستمان **Eastman Kodak** تعد المصدر الأساسي لتقديم عروض تقوم على الوسائل السمعية والبصرية . وقد أوصى إيرل بوبر **Earl-Bauer** أحد المتخصصين في وسائل الاتصال السمعية والمرئية بأنه عند استخدام هذه الوسائل لابد من تحديد ماركة الآلة ورقمها، ورقم لمبة العرض. واقترح بوير استخدام السليدز / الشرائح مقاس 2 × 2 كما تعتبر الشرائح مقاس 35 مللي من أكثر الأنواع انتشاراً [2] . هذا وسوف نتناول في شيء من التفصيل بعضاً من هذه الوسائل .

1- السينما :

يعرف الفيلم السينمائي بأنه عبارة عن سلسلة من الصور المتوالية الثابتة عن موضوع أومشكلة أو ظاهرة معينة مطبوعة على شريط ملفوف على بكرة تتراوح مدة عرضها من 10 دقائق وساعتين حسب موضوعه والظروف التي تحتاجه . وبعد الاعلام وسيلة هامة تستخدمها العلاقات العامة ، فهي تؤثر تأثيراً قويا إذا تم اعدادها بعناية ، وتستطيع أن تصل إلى مشاهدين من نوعيات معينة في المعارض. وتعد وسيلة للتسلي والتعليم والإرشادات الزراعية والصناعية والحربية ، فعن طريق الأفلام السينمائية تقدم القصة كاملة ، والشيء الذي تعجز الصور عن تقديمه يمكن شرحه

---

1 – محمد محمد عطية ، المرجع السابق ، ص ص 118 – 122 .

2 – Gerre jones, op. cit. p.p. 93 – 94.

بصوت المذيع المعلق. وهنا نلاحظ أن الجمهور يستقبل القصة والرسالة عن طرق السمع والنظر معاً. وهذا من شأنه أن يعمل على زيادة انتباهه . وللحركة في الفيلم السينمائي مكان الصدارة لما لها من قوة وسيطرة . أما الكلام فيزود الحركة بتأييد قوى إذ يوضحها ويكمل معانيها .

والفيلم السينمائي الجيد هو ذلك الذي يرتفع فوق حواجز اللغة ، وفي مقدوره أن ينقل رسالته إلى جماعة متعلمة في نيويورك بنفس الفاعلية التي ينقلها إلى جماعة بدائية في أحراش استراليا . أما الفيلم الفاشل فيعد كارثة إعلامية ، لأن المشاهد في القاعة المظلمة لا يستطيع أن يفعل ما يفعله قارئي الصحيفة حين ينحيها جانبا، أو المستمع حين يسكت المذياع ، هذا فضلا عن أن الفيلم يتكلف نفقات باهظة، ويتطلب عناية فائقة في تأليفه وتوجيهه وإخراجه بحيث يحقق أهداف العلاقات العامة .

وقد اعترف بقيمة الأفلام السينمائية كوسيلة فعالة من وسائل الإعلام في العلاقات العامة إبان الحرب العالمية الثانية . حيث تتميز الأفلام السينمائية عن وسائل الإعلام الأخرى في أن مشاهديها يكونون في حالة سكون وعلى استعداد تام لتلقي الرسالة ، فقلما يتناقشون أثناء الفيلم إلا في حدود تعليقات قصيرة .

وتقتصر الأفلام السينمائية التي يمكن استخدامها في مجال العلاقات العامة على النوع المعروف بالأفلام التسجيلية . وتعتبر الأفلام السينمائية التسجيلية أقوى من وسائل الاتصال أثر في المجالات الآتية :

1- تدرب البائعين والوكلاء على أساليب البيع ووسائل زيادة المبيعات

2- نشر الدعوة للمؤسسة بطريق غير مباشر وذلك بالإعلام عن خدماتها وأوجه نشاطها والدور الذي تلعبه في تقدم البحوث العلمية وما إلى ذلك .

3- توعية جمهور المستهلكين التي تعود عليهم من اقتناء منتجات المؤسسة .

4- تسجيل المعارض والأسواق الدولية التي اشتركت فيهاالمؤسسة وبيان مدى إقبال الزوار عليها .

5- الاتصال بجمهور العاملين في المؤسسة ليقفوا على مراحل الانتاج واختصاصات الإدارة ، وما تقدمه المؤسسة من خدمات اجتماعية لهم .

6- تحسين سمعة المؤسسة لدى حملة الأسهم عن طريق الإعلام من الإنتاج وحجمه وتفوقه [1] .

وينبغي على خبير العلاقات التأكد من أن هناك حاجة حقيقية لاستعمال الفيلم، وأنه دون غيره هو الذي يحقق الهدف . وينبغي أيضا أن يهتم خبير العلاقات العامة بتحديد الأوقات والمناسبات التي يستخدمها الفيلم كوسيلة إعلامية .

وعند قيام بعض المؤسسات بإنتاج أفلام سينمائية كوسيلة من الوسائل النهائية للإعلام تقابلهم مشاكل مختلفة لعل أهمها مسألة توزيع هذه الأفلام ، فلقد تنجح بعض المؤسسات في عرض تلك الأفلام في دور العرض العادية . ولكن غالبا ما يكون هذا الأمر من الصعوبة بمكان ويقتصر على الأفلام الممتازة التي يقبل أصحاب هذه الدور عرضها . وعادة ما يكون العرض أمام مجموعات خاصة مثل النوادي والمؤتمرات والمدارس والمعاهد .

2- المسرح :

يعد المسرح من أقدم وسائل الاتصال . وهو تعبير عن الحياة الإنسانية في كافة أشكالها ومشكلاتها ونظمها المتباينة ، وهو فن جماهيري صادر يندمج فيه الممثلون مع المشاهدين في بوتقة واحدة تتحدث بلسان الشعب وخلجاته . ومن هنا فالمسرح يشكل ضرورة ثقافية لازمة لتقدم الشعوب وحضارتها ورقيها وهو يساير الأحداث ويواكب التغيرات الاجتماعية لدى الشعوب المختلفة .

وتاريخ المسرح معاصر لتاريخ الإنسانية منذ بدايتها . وتمثل طقوس الرقص عند الإنسان البدائي بذرة المسرح ونواته. ولقد عرفت الحضارات القديمة هذه الوسيلة

---

1 – د. حسين محمد علي . العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية – بحث ميداني مقارن للواقع المحلي بطريقة دراسة الحالات . ص ص 188 – 189 .

من وسائل الاتصال والفن. وكان للفراعنه مسرحهم، ولكنه كان مسرحاً دينيا قاصراً على الكهنة ورجال الدين. ولقد ساهم الإغريق في تطوير المسرح بالإهتمام به حتى أصبح المسرح الإغريقي القديم مرآة صادقة لحقائق الحياة اليونانية القديمة . وخاصة في المناسبات الدينية والوطنية. ومن خلال المأساة والملهاة كنوعين متميزين من المسرحيات، تناولوا موضوعات دينية واجتماعية وأدبية تهدف إلى توعية المشاهدين وتعليمهم ونقد صور الحياة الاجتماعية السائدة .

ويفسر بعض النقاد بروز المسرح الإغريقي وتطوره بطبيعة الديانة الإغريقية التي تصور الألهة في صور بشرية يمكن أن تقف على المسرح وتتحدث وأن تمارس فضائل الإنسان ونواقصه ، وإلى طبيعة العقلية الإغريقية وولعها بالحوار والناقشة والنقد .

والمسرح ليس تراثا عربيا قديما ، ولكنه نتاج للنهضة العربية الحديثة ورغم ازدهار حركة الترجمة في الحضارة العربية عن الإغريق ، ورغم أن العرب قد نقلوا — منذ الدولة الأموية — عن الإغريق الكثير من علومهم وفنونهم ، إلا أن المسرح لم ينل اهتمامهم. ويرجع معظم النقاد وعزوف الحضارة العربية عن المسرح إلى طبيعة الشعر العربي كشعر غنائي لا يصلح للتمثيل، وإلى ارتباط المسرح اليوناني بالأطر الدينية الوثنية التي تتعارض مع عقيدة الإسلام محور الحضارة العربية .

وعندما تعمق اتصال العرب بأوربا في القرن التاسع عشر انتقلت المسرحية مع الأفكار الجديدة التي حملها الأدباء العرب نتيجة لهذا الاتصال وقدم مارون النقاش منشيء المسرح العربي ترجمة لمسرحية البخيل لموليير. ثم بعض قصص ألف ليلة وليلة . ومن خلال الاقتباس ازدهر المسرح العربي حتى وقف على قدميه وظهرت المسرحية العربية المتكاملة في القرن العشرين [1] .

---

1 — انظر : محمد سيد فهمي . المرجع السابق . ص ص 71 — 72 . انظر د. سعيد سراح . المرجع السابق ص ص 098 — 200 .

3- التليفزيون :

يعتبر التليفزيون أحدث وسائل الاتصال وأقواها في العصر الحديث بل إن أهمية دور وسائل الاتصال قد ازدادت وانتشرت انتشاراً واسعاً بظهور التليفزيون . فهو يجمع بين الكلمة المكتوبة والكلمة المسموعة لصوت المصاحب لها ، والصورة . هذا إلى جانب تمتعه بالحركة، والمؤثرات الصوتية، والحيل التصويرية ، ثم الألوان الطبيعية. كما أنه يذهب إلى المشاهد في بيته وهو بين عائلته وأصدقائه في وقت الفراغ حيث يسهل التأثير عليه ، مما كان له أثر على الافلام السينمائية فقل مشاهديها ، والبرامج الإذاعية إذ انخفض مستمعيها والكتاب والصحيفة فقل قارئيها.

ومن أهم مزايا التليفزيون أنهي تتمتع بانتشاره وتنوع برامجه ، فهيئات التليفزيون تستخدم أكثر من قناة في محطاتها تقدم كل منها برامج مختلفة . ومن أهم مزايا برامجه أنها تساعد الجمهور على جذب انتباه ومشاهدة الأحداث الهامة العالمية والمحلية ، والبعيدة والمتفرقة وقت حدوثها ، ويبدو تأثير التليفزيون – مثلا – في الاتجاهات السياسية في أنه يظهر في مسألتين محورتين ، وهما أولا : أنه يقدم صورة حية للأخبار السياسية لآخر ما وصلت إليه الأحداث في الموقف السياسي القومي والعالمي ، وثانيا: يقوم بالتعليق الإخباري وعرض وجهة نظر أو أكثر تفيد في فهم هذه الأحداث السياسية .

وفضلاً عن ذلك فإن البرامج التليفزيونية يمكن أن تصل إلى أكبر عدد من الجمهور بسرعة متى توفرجت أجهزة التليفزيونه في دائرة استقبال الإرسال التليفزيوني ، ولهذا اهتمت مجتمعات كثيرة بوضع أجهزة تليفزيونية في الميادين وأماكن تجمع الجماهير لتوصيل المعلومات والحقائق إليهم في الحال . ومن مزايا التليفزيون أنه يساعد على جذب انتباه الجمهور والتأثير في حياته وقيمه وسلوكه ، فقد أثبتت البحوث التجريبية أن الموضوع الواحد إذا عرض على التليفزيون والراديو ، فإن الناس يكتسبون من المعلومات والمعرفة في الحالة الأولى أكثرمما يكتسبون في الحالة الثانية . وهذا يعني أن البرامج التليفزيونية لها تأثير كبير في تعديل السلوك .

ويساعد التليفزيون على تحقيق برامج العلاقات العامة ، وخدمة مجال التسويق بشرط أن تكون البرامج المعروضة ذات قيمة إخبارية واضحة ، وأن تتصف بالصدق والصراحة ، وألا تختفي الحقائق التي تضر بسمعة المؤسسة . في أمريكا أجري بحث عام 1950 حول جدوى التلفزيون في عملية الإعلان ، وذلك عن طريق المقارنة في حجم المبيعات للسلع التي يعلن عنها التليفزيون والتي لا يعلن عنها . ولقد أثبت البحث زيادة واضحة في مبيعات السلع التي أعلن عنها ، على الرغم من تكاليف الإعلان في التليفزيون لم تزد كثيرا عن الإعلان بالوسائل الأخرى .

ولكن ينبغي على رجل العلاقات العامة أن لا يغالي في وعوده لمنظمي البرامج ثم يعجز عن الوفاء بها . فلا يدعي – مثلا – أنه يستطيع أن يأتي برئيس مجلس إدارة المؤسسة يتحدث للجمهور ، ثم ينتهي به الأمر إلى إحضار أحد صغار الموظفين . وينبغي أن تكون البرامج المعروضة ذات قيمة إخبارية واضحة ، وأن لا يتجنب المتحدث الموضوعات التي تثور حولها خلافات في الرأي ، فإن ذلك من شأنه أن يصرف المشاهد عن متابعة البرامج ، وقد يشككهم في مصادر الاخبار ويزعزع ثقتهم في المؤسسة ذاتها .

الفصل السابع
المجتمع والعلاقات العامة

معنى اصطلاح المجتمع Society

يعتبر المجتمع هو الحقيقة الأساسية في حياة الأفراد ، وبدونه لا يستطيع الفرد أن يستمر في الحياة الاجتماعية . فالفرد المستقل بذاته لا وجود له في الحياة ، وأهم ما يميز الإنسان عن الحيوان علاقاته الاجتماعية المرنة . فالمجتمع هو صانع الفرد وصانع أفكاره وقيمه ، وهو الذي يحدد أنماط سلوكه . ويشمل المجتمع جميع العلاقات بين الناس الذين تجمعوا في هيئات واتحادات لها تركيب وتنظيم يوجه سلوكهم ويضبطه بوسائل لا حصر لها . يطلق نشاط الناس وفي الوقت عينه يحد منه ، ويضع لهم مقاييس عليهم أن يتبعوها ، إنه نسق مكون من العرف وشتى وجوه ضبط السلوك الإنساني والحريات . إنه نسيج العلاقات الاجتماعية التي تقوم على الإدراك المتبادل لسلوك الأفراد ، والإدراك المتبادل هنا هو الشرط النفسي الذي لا يتوافر في العلاقات بين الكرسي والمكتب . إن المجتمع هو الحقيقة النهائية التي تجعل من الممكن فهم طبيعة الإنسان والنظم الاجتماعية التي تحكم ذلك المجتمع .

وينبغي هنا أن نميز بين المجتمع عندما نطلقه بالمعنى الواسع ودون النظر إلى هيئة خاصة وبين مجتمع معين ذي خصائص معينة ، فالمجتمع بالمعنى الأول شامل ليس له نهاية محدودة أو حدود معينة ، أما المجتمع بالمعنى الثاني فهو يتضمن التعريف السابق . هذا وليست كل الجموع أو الحشود تكون جماعات.

مقومات المجتمع :

1- يقوم المجتمع على فكرتي المشابهة والمخالفة . ويقصد بالمشابهة أن المجتمع يقوم على أولئك الذين يشبه بعضهم بعضا إلى حد ما في الجسم والعقل ، والذين هم داخل نطاق جيرة معينة ، ولديهم إدراك متبادل لفكرة الإنتماء إلى المجتمع . وكما يقوم المجتمع على المشابهة ، فإنه يقوم كذلك على المخالفة ، إذ لو كان الناس كلهم متشابهين في كل شيء لتضاءلت العلاقات الاجتماعية ، وقل الأخذ والعطاء ، ذلك

أنه من سمات المجتمع أن كل فرد فيه يبغي الحصول على شيء ما ، واعطاء شيء آخر مقابل ما حصل عليه – وتظهر صورة التباين والاختلاف حتى في نطاق الأسرة ، ففيها تظهر الفروق البيولوجية بين الذكر والأنثى ، كذلك فإن هناك تباين في الكفاية والمصالح .

2- يقوم المجتمع على مبدئي السيطرة والجماعة . ويشمل الأول كل أنواع الإخضاع . أما الثاني فيشمل جميع صور التعاون ، ويشترك أفراده في مصالح معينة وغايات .

3- من مقومات المجتمع القواعد والنظم الخاصة بالتبادل والمشاركة التي تسود فيه. وهذه أساس العلاقات المتبادلة بين الجماعات والرمز التي ينقسم إليها المجتمع . كما أنها أساس التمييز بين هذا المجتمع وذاك . وتظهر هذه القواعد متكاملة في المجتمعات الراقية وهي عبارة عن أربعة أنواع من النظم هي : القواعد الأخلاقية، القواعد التشريعية ، العرف والأذواق .

وظائف المجتمع :

يعتبر المجتمع ويسلة لقيام الثقافة ووجودها واستمرارها ، كذلك فإنه يمد الإنسان بالحماية والراحة والغذاء والتربية ويتدخل المجتمع في مضمون أفكار الفرد المنتمي إليه في أحلامه وآماله . بل وفي كثير من أمراض عقله و جسمه ولا عجب إذا رأينا في الحبس الإنفرادي أشد أنواع العذاب بالنسبة للإنسان لأنه يحول دون إشباع حاجته الأساسية .

المجتمع والعلاقات العامة :

إذا نظرنا إلى الجماعات الإنسانية في حياتها البدائية ، وأشكالها البسيطة لوجدنا أن العلاقات الاجتماعية بين أفرادها تتخذ صورا لمحدودة، وقوالب جامدة يصبها الرؤساء صبا. وتحددها التقاليد الموروثة التي تكاد لا تتغير. وإلا كان ذلك خروجا على العرف والنظام المتوارث الذي يقدسه البدائيون تقديساً . فالجماعة البدائية لا تعرف شيئا عن نظام تقسيم العمل كما هو الحال في المجتمعات الحديثة.

وهذه الجماعات البدائية لا تشعر إطلاقا بأهمية العلاقات العامة ، لافراد لا يحسون بالمسئولية التي يحسها الأفراد المتمدينون، ولكن الإنسان بما وهبه الله من ذكاء ، ومقدرة على التصرف في الظروف الجديدة وما خطر عليه من قوة خيال، ومهارة رائعة في التكيف مع البيئة الطبيعية والوسط الاجتماعي، استطاع أن يطور حياته الاجتماعية البدائية إلى حياة حضرية مرنة، تمتاز بالتخصص وتقسيم العمل ، وتوزيع الوظائف الاجتماعية على الفئات المختلفة بطريقة تؤدي إلى الاقتصاد في الجهود والنفقات، وإلى المزيد من الدقة والاتقان. وتختلف أغراض العلاقات العامة مع المجتمع باختلاف حجم المجتمع وتكوين السكان فيه، وكذلك باختلاف المنشآت نفسها ومدى حاجتها إلى المجتمع. فالعلاقات العامة تكون بسيطة للغاية في القرى والمدن الصغيرة، ولكنها تتعقد في البيئات الصناعية والمناطق التجارية والأقاليم المتقدمة في المدينة. ذلك لأن علاقات الفلاح في القرية علاقات محدودة ومفهومه وواضحه. أما العامل في المدينة الحديثة فإن علاقاته متعددة متشعبة ، يكتنفها الغموض، وقد استلزم ذلك وجود علاقات عامة.

والعلاقات العامة نشاط اجتماعي إنما يهدف إلى التكيف الحضاري بين منظمات المجتمع وجماهيره ، فبرامج العلاقات العامة قد لا تنتهي بالإعلام . بل تنتهي بإدراك المناخ الاجتماعي أو البيئة ، أو إجراء تعديلات أو تغيرات هامة في المجتمع ، أو في داخل المؤسسة نفسها [1] .

ولا شك أن اختلاف التوازن في المجتمع كان نتيجة لتكوين الشركات المالية الضخمة التي تعني رأس المال من المساهمين وغيرهم أكثر من عنايتها بالعوامل الإنسانية والميزات الخلقية كالثقافة والتعاون والتكافل والخدمة العامة . فالمساهمون في أية شركة كبرى لا يعرفون بعضهم البعض ، ولا يهمهم إلا الربح . والمستهلكون لا يعرفون شيئا عن الإدارة العامة للشركة ، ولا يعرفون عن أمر الشركةشيئا إلا السلعة

---

1 – د. إبراهيم إمام . فن العلاقات العامة والإعلام . ص 186 .

وثمنها. وحتى العمال أنفسهم قد لايعرفون بعضهم البعض ، بل إنهم لا يعرفون مغزى تلك الأجزاء الصغيرة التي ينفقون أعمارهم في صناعتها. ومثل هذا الغموض هو الذي يؤدي إلى سوء التفاهم وإلى الجهل والتحيز والاضطرابات . فوظيفة العلاقات العامة هي إلقاء الأضواء، وإعلام كل الفئات بكنه الشركة ووظيفتها، ومكانتها في المجتمع ، والخدمة التي تؤديها للوطن والأفراد .

ولهذا كان لزاما قبل أي برنامج للعلاقات العامة دراسة هذا المجتمع وطريقة تكوينه. ويشمل ذلك معرفة تعداد السكان ، وتقسيمهم إلى مجموعات بحسب السن والجنس والحالة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي . وبعد معرفة الأوضاع السابقة يلزم تحديد آراء ورغبات المجتمع وأفكارهم عن المنشأة [1] .

ولما كان المجتمع يعطي المشروع موطنا لنشاطه، كان لزاما على الإدارة أن تعمل على أن يكون هذا المشروع عضوا نافعاً في المجتمع يعمل على تقدم أفراده ورفاهيتهم، وذلك في مقابل الخدمات التي يقدمها المجتمع للشركات والمؤسسات . وتستطيع المنشأة أن تقدم للمجتمع الكثير من الخدمات العامة مثل الخدمات الثقافية وتقديم المعونة للمعاهد التعليمية، والعمل على نشر الوعي الصحي ومحاربة الأمراض، والاهتمام بنواحي الإسكان والترفيه والإطفاء. كما تستطيع تقديم الكثير من المساعدات التي تخص الزراعة والصناعة الموجودة بها. وتدفع المؤسسة الضرائب المستحقة عليها . وهي تساعد السلطات العامة على تطبيق القوانين .

والمجتمع – حيث يشترك أفراده في رغبات ودوافع مشتركة يمكن مناشدتها باختيار موضوعات الحملة الملائمة لها . فالحضارة الغربية – مثلا – مع ما يلاحظ من خلافات لا حصر لها بين الشعوب الآخذة بها ، إنما تقوم على أساس رغبات مجمع عليها مثل حب الحرية والعدالة .

---

1 – د. صلاح الدين عبد الباقي. المرجع السابق ، ص 120 .

ولا يمكن لأي منشأة أن تدوم طويلا دون أن تتمتع بثقة واحترام الجمهور، ودون أن يقع تعاون بين الموظفين الرسميين والمواطنين عموما في المنطقة التي تقوم بها المصانع . ولتحقيق ذلك قامت شركة مانتاج Maytage Commpany بوضع لوحات كبيرة على جانبي الطريق بين مدينة نيوتن Newtoun وإيوا Iowa كتبت عليها عبارات تدعو فيها أفراد المجتع لزيارة مصانعها ، وذلك من أجل تحقيق رضاء جمهور المستهلكين عن السلعة أو الخدمة التي تنتجها.

وتبدو علاقة العلاقات العامة واضحة بالمجتمع من خلال حاجة المنشأة للعمال اللازمين للعمليات الإنتاجية التي تقوم بها. وتتوقف قدرة المنشأة على اجتذاب العمال للعمل بها على ما تتمتع به من شهرة وسمعة طيبة في المجتمع المحيط بها ، كما أنها تحتاج إلى أفراد المجتمع للمساهمة في تمويلها . كما يعتبر أفراد المجتمع المستهلكين الرئيسيين لإنتاجها . وفي معظم الأحوال تحتاج المنشأة إلى خدمات المرافق العامة الموجودة في المجتمع كالتلغراف والتليفون والمياه والكهرباء والراديو والتليفزيون، والسكك الحديدية وسيارات النقل، والمراكب والطرق الجيدة، والكباري. ويقدم المجتمع للعاملين بالمؤسسة الخدمات الترفيهية كالحفلات، ودور السينما، والمسارح، والنوادي الرياضية، والاجتماعية، والثقافية. ويسهل المجتمع للمنشأة عمليات التقاضي عن طريق إيجاد المحاكم . ويلبي المجتمع للأفراد الذين يعملون بالمنشأة الخدمات الدينية عن طريق إنشاء المساجد والكنائس. وللطبقة الاجتماعية أثرها المباشر في تكوين الاتجاهات والآراء ، فأبناء الطبقة الوسطى لهم تقديراتهم للامور التي تختلف كثيراً عن تقديرات أبناء الطبقتين الارستقراطية والدنيا [1] .

ولا يفوتنا أن العوامل الاجتماعية مجتمعة – كالوراثة والبيئة والأسرة والمدرسة والدين والجنس واللون والتعليم والعادات والتقاليد والثقافة – عوامل كامنة أولية في تكوين الرأي العام ، وذلك كغيرها من العوامل الأخرى التي يمكن أن نسميها بالعوامل النشطة أو العوامل الظاهرة في تكوين الرأي العام ، وهي وسائل الاتصال

---

1 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع ، ص 199 .

المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والتليفزيون والخطب الدينية والسياسية والمسرح والإعلانات وغيرها. فهذه العوامل تؤثر كذلك في كل جانب من جوانب السلوك : السلوك السياسي، والسلوك الاجتماعي، وسلوك المستهلك ، والصحة ، والتعليم ، والمعارف المهنية .

فالتليفزيون يلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية . فهو ينقل عادات وقيم وتقاليد المجتمع إلى الأطفال والأسرة . والحقيقة أن الوالدين لم يقفا موقفا سلبيا أمام هذا الجهاز ، ولكنهما ساهما بإيجابية في أن يكتسب التليفزيون هذه المكانة بين أفراد الأسرة ، فلقد قلت عدد الساعات التي يقضيها الوالدين مع أطفالهم ، وبعد أن كان الطفل ينام على حكايات وقصص الأم والجدة، أصبح ينام وهو يشاهد التليفزيون وبرامجه التي تحمل غالبا قيما وعادات وتقاليد لا تستطيع الأسرة التحكم في مضمونها ، ولا في مشاهدة الأطفال لها [1] .

وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في إحداث عمليات التغير الاجتماعي والثقافي ، وتحويل المجتمعات من التخلف إلى التقدم . وتكوين الرأي العام . فهي تقدم معلومات وتعرض برامج تنطوي على تأثرات بالغة الخطورة في صنع اتجاهات الفرد بوجه عام . وانعكاس ذلك على آفاق شبابه ومستويات ثقافته بوجه خاص.

وكلما زادت وسائل الاتصال بين الناس والجماعات كلما شجع ذلك على التنقل الاجتماعي. والعكس كلما وضعت المعوقات والحدود أمام وسائل الاتصال كلما عوق هذا فرص التنقل الاجتماعي. ولذلك فإن المجتمع الذي يتميز بكثرة وسائل الاتصال يتميز في نفس الوقت بكثرة التنقل الاجتماعي لأن الإتصال في حد ذاته يحطم الحواجز التي تفصل بعضهم عن الآخر [2] .

---

1 – د. مصطفى أحمد تركي. وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد – نقلا عن مجلة الفكر 241 الإعـلام والرأي العام . المجلد الرابع – يناير ، فبراير ، مارس ، 1984 ، ص ص 99 – 103 .

2 – د. سناء الخولي . مدخل إلى علم الاجتماع ص ص 199 – 200 .

الجماعات الاجتماعية والعلاقات العامة :

اشكال التجمعات البشرية :

عرفنا أن المجتمع مجموعة من الأفراد الأدميين الذين يعيشون تلقائيا ، ولهم نظم وقواعد وتقاليد وعادات وآمال واحدة . والمجتمع يشمل على عدد من الجماعات ، أو بمعنى آخر هو أكبر جماعة تحوي داخلها الجماعات الأخرى . ومن ثم فإن الجماعات هي الدعائم الأساسية التي يقوم عليها المجتمع وهي الوحدات الاجتماعية التي تسود في كل منها شعور بالمماثلة والانتماء .

وتتكون الجماعة من عدد من الأفراد بينهم تفاعل مشترك ، أي يؤثر ويتأثر كل منهم بالآخر، ويستجيبون جميعاً لمؤثر واحد ، ويشتركون في مصالح معينة وطرقات معينة في السلوك . وعلى ذلك فالتجمع **aggregation** ، أو الحشد **Crowd** ليست جماعات وإنما هي مجموعة من الأفراد يكون اجتماعهم مؤقتا أو عابراً .

وتقوم الجماعات على عدد من النماذج المتباينة : المكانة الاقتصادية ، السلالة ، القومية، الدين، المهنة، المصالح الترفيهية، التعليم. ومهما كان نوعها فهي تتميز بخصائص هي : إدراك الحاجة ، وتقسيم العمل بين أعضائها ، ووحدة القيم ، ونماذج واحدة من السلوك ، ومكانتها بين الجماعات الأخرى .

أما من زاوية اشكال التجمعات البشرية وتصنيفها، فقد تعددت تلك التصنيفات، حيث اعتمد كل منها على وجهة نظر عالم الاجتماع وتعريفه للجماعة والمجتمع . وهذه هي أهم التصنيفات الاجتماعية .

1- تقسيم تشارلس كولي Charles Cooley :

قسم كولي الجماعات البشرية إلى جماعات أولية وجماعات ثانوية **Secondary and Primary** والمجتمع الأولى عنده هو المجتمع الذي يقوم التأثير بين أفراده وجهاً لوجه، كما يقومعلى التعاطف الودي بين أعضائه ، والروابط القوية لعلاقات الأفراد. وفي هذا المجتمع يفني الشخص شخصيته في شخصية الجماعة ، وتقوم الصلات في هذا المجتمع على أساس الدم والأخوة والمعرفة الشخصية والصداقة . ويعتبر كولي أن

الأسرة هي المجتمع الأولي ، فهي مصدر وحدة الفكر والعمل ، وفيها يضحى الفرد بنفسه في سبيل مصلحة بقية أعضائه ، وهي تتقاسم المسئولية، ويتعاون أفرادها في أداء الأعمال المترلية . ويلي الأسرة جماعة الأطفال ، ثم جماعة الجيران ، وأخيرا مجتمع القرية .

أما المجتمع الثانوي أو المشتق، فهو ذلك المجتمع المعقد في ثقافته ، الشاسع في مساحته، والكبير في عدد سكانه مما يجعل التأثير وجها لوجه مستحيلاً وتتسم العلاقات فيه بأنها عرضية وسطحية، ويتمثل ذلك في النوادي، والهيئات المهنية، والدينية ، والأحزاب السياسية . وهي ذات أهمية كبرى في المدنيات المعاصرة ، إذ تعكس وتعبر عن الحياة الثقافية في المجتمع المحلي .

ويؤخذ على هذا التقسيم أن الجماعات الأولية بالرغم من أنها تقوم على أساس الجوار وعلاقات الوجه للوجه ، فإن الجيرة بمفردها لا تكون جماعة أولية ، ففي كثير من الأجيان يعيش اعضاء العائلة في مكان واحد ، ومع ذلك يتكون لديهم قدر ضئيل من المصحلة . أما أعضاء المعشر الاجتماعي فحياتهم وعلاقاتهم ستمر حتى لو كانوا متفرقين ، وكل منهم على مسافة بعيدة من الآخر ، وهكذا فإن هذه الخاصية لا تعني المكان ، وإنما تعني الشعور "بنحن" .

2- تقسيم جراهام سمنر Sumner :

ويقسم الجماعات إلى جماعة داخلية ، وجماعة خارجية group in and out.
ويسود بين أفراد الجماعة الداخلية We group روح الود والعطف . أما الجماعة الخارجية فيسود فيها روح التراع والنضال والشراسة والعداوة والخوف والتنافس ، ونحن نتجنب الارتباط بهم ، ولا نهتم بالنظر إلى أحكامهم .

3- تقسيم دوركايم :

قسم دوركايم الجماعات إلى جماعات بسيطة Simple ، وجماعات مركبة. والمجتمع البسيط هو ذلك المجتمع الذي لا ينقسم إلى أجزاء ولا توجد علامات تدل على أنه مركب . فالمدينة مثلا تمثل مجتمعا أو جماعة مركبة ، لأننا نجد أنها قبل وصولها

إلى شكلها النهائي كانت عبارة عن عدد من القرى والكفور ، والقرى بالتالي جماعات مركبة لأنها كانت في الأصل عبارة عن عدد من قبائل تجمع بعضها مع بعض. ونحن إذا بحثنا في تاريخ المجتمعات فإننا سوف لا نجد ذلك المجتمع البسيط الذي لاينقسم إلى أبسط منه . وقد أطلق دور كايم على ذلك المجتمع الوهمي اسم **Horde** أو المعشر .

4- تقسيم سوروكن Sorokin :

وهو يقوم على أساس تقسيم الجماعات إلى جماعات منظمة **Organized** وجماعات غير منظمة **Unorganized**. وتمثل الجماعات غير المنظمة الجمهور والجمهرة أو الحشد أو المظاهرة . أما الجماعات المنظمة فهي إما:

أ – جماعات ذات رابط واحد ، وهذا الرابط قد يكون حيويا كجماعة جنس واحد ، أو سن ، أو نوع ، وقد تكون رباطا ثقافيا اجتماعيا كرباط اللغة أو الدين أو السياسة أو المهنة .

ب– جماعات ذات أربطة متعددة مثل الأسرة والعشيرة والقبيلة والأمة [1] .

5– وهناك تقسيم آخر يقوم على أساس تصنيف الجماعات إلى جماعات طوعية **Voluntary** ، وجماعات تلقائية . وتفسير ذلك أن الفرد يكتسب عضوية الجماعة عن أحد طريقين : إما عن طريق مولده فيجد نفسه عضواً في جماعة الأسرة أو القبيلة أو قرية معينة ، وهي ما يطلق عليها بالجماعة التلقائية . وقد يكتسب الفرد عضوية الجماعة نتيجة إرادته الحرة مثل اشتراكه في عضوية تنظيم معين كالنقابة أو النادي أو جماعة معينة . وهي ما يطلق عليه الجماعة الطوعية أو الجماعة ذات الميول المشتركة . واختيار العضوية في جماعات الميول المشتركة ليس حرا تماما فقد ترفض بعض الجماعات قبول فرد في عضويتها . وقد تقع ضغوط شديدة على الفرد للإنضمام إلى جماعات معينة . وتعتبر الأندية من النوع الأول ، بينما تعتبر النقابات المهنية من النوع

---

1 – د. حسن شحاته سعفان . اسس علم الاجتماع ص 139 ، وما بعده .

الثاني ، لأن القانون يجعل الإنضمام إليها شرطاً لممارسة المهنة كنقابة المحامين ونقابة الأطباء .

6- وهنا تقسيم يقوم على أسا التدرج الاجتماعي Social Stratification، وهو يقوم على أساس أن لكل فرد في المجتمع درجة أو مركزاً اجتماعياً خاصا يفرقه عن غيره من الأفراد . فلو نظرنا إلى أفراد الجماعة لوجدنا بينهم فروقا في السن والمهنة والمركز الاجتماعي والثروة ... إلخ .

وظائف الجماعات :

وتقوم الجماعات بعدة وظائف في المجتمع ، ولكل جماعة وظيفة معينة ، فوظيفة جماعة الأسرة الإنجاب والتربية ، وضمان إشباع الحاجات الاقتصادية (المأكل والملبس والمأوى لأعضائها)، ووظيفة النقابة العمالية حماية المصلحة المتبادلة لأعضائها ، ووظيفة النادي أن يهيىء وسائل الترفيه لأعضائه .

ومن ناحية أخرى تعطي الجماعة لأعضائها الأمن . فهي تسند تصرفاته وتؤكد له سيطرته على أفعاله وإتجاهاته. وتهيء الجماعة وسطا إجتماعياً يشبع فيه الفرد حاجاته، ويمارس تأثيره الإيجابي ، ويستقبل استجابات الاعضاء الآخرين التي تعبر عن العواطف أو التي توفر لها التقدير أو المركز. وهذا يعني أن الفرد يشبع حاجاته النفسية والاجتماعية في المضمون الاجتماعي للجماعة .

الجماعات الاجتماعية والعلاقات العامة :

لا شك أن مسلك الجماعات الاجتماعية يختلف من جماعة إلى أخرى . فالفرد يضحي بمسلك ورأيه الخاص ليتوافق مع مسلك ورأي الجماعة . فمن ناحية الجنس هناك الذكور والإناث ، ومن ناحية المهنة هناك المحامون والمحاسبون والمهندسون والأطباء ، ومن ناحية الدخل هنا ذوو الدخل المرتفع والمتوسط والمنخفض . ومن جانب الاقتصاد هناك المنتجون والموزعون والمستهلكون والموردون ، ثم هناك الأمهات والخدم والأزواج والزوجات وعشاق الطبيعة والرياضيون وهواة الكتب وعشاق الحياة في المعسكرات .

وقد اكتشف العلماء دور الجماعة بمعاييرها ومبادئها في التأثير على الاتصال بالجماهير، ويمكن القول بوجه عام أنه لأبناء كل طائفة من هؤلاء دوافع أو حواجز مشتركة، حتى وإن اختلف أفراد كل طائفة اختلافاً كبيراً في غير ذلك من الأمور . ومن ثم لابد من دراسة عقلية كل جماعة من هذه الجماعات ، حتى يمكن التوصل بموضوعات معينة في حملات توجه إلى فئة معينة ، مع الاطمئنان سلفا إلى أن الأغلبية ستستجيب لتلك الحملة .

ففي ميدان السياسة — مثلا — يتصل خبير العلاقات العامة بجماعات العمال والفلاحين والمعلمين والطلبة وغيرها من الجماعات النوعية التي تكون المجتمع بأسره . كما يتصل بقادة الرأي، والذين بدورهم يتصلون بأعضاء الجماعة. ولا شك أن قادة الرأي لديهم قوة تأثر في اتجاهات وأفعال أفراد الجماعة.

وقادة الرأي هم رجال الأعمال والموظفون ، وأعضاء أي مهنة ، ورجال التجارة، ورؤساء السلالات ، وكبار رجال الدين ، وكبار المتعلمين . ويحترم أعضاء الجماعة قادة الرأي ، ويستمعون إلى رأيهم ، ويتبعون أحكامهم .

وفي المؤسسات الصناعية تتنوع الجماهير فتشمل العمال والمستخدمين والمهندسين والموردين والعملاء والموزعين والمديرين والرؤساء وغيرهم . وفي المجال الفني تتنوع الجماعات، فمنها الكتاب والملحنون والموسيقيون ومتعهدو المسارح والصحفيون والإذاعيون وغيرهم ، أما المحامون ، فهناك موضوعات خاصة تستهويهم ، وتتمثل في أهمية المترلة الاجتماعية والجهود المختلفة، والاحترام، والنظام والاستمرار وما إلى ذلك .

ويستهوى الأمهات موضوعات مثل نقاوة اللبن والكشف الطبي الشهري على الأطفال واللعب فهي تناشد فيهن محبتهن لأطفالهن ورغبتهن التي تحفزهن على حماية صغارهن ومساعدقم وهناك موضوعات تستهوي الأسرة وتبرز أهمية هذه الموضوعات في المناطق أو الطبقات الاجتماعية التي تمثل فيها الأسرة مترلة رفيعة ، هذا بينما يضعف أثرها حينما تضعف روابط لأسرة ، فالموضوع الذي يستهدف

الحث على اقتناء مترل للأسرة ، يشيد بأسباب الراحة التي تنعم بها الأسرة متى اقتنت بيتاً ، وبيع صكوك التأمين يحتاج إلى تأكيد أهمية الضمان المالي للأسرة . وإذا أريد بيع منتجات عن طريق إعلان يصور عائلة سعيدة ملتفة حول جهاز التليفزيون في ليلة عاصفة حالكة السواد فإن ذلك إنما يناشد تقدم السن لدى الجماعات التي تنشد السلامة والطمأنينة في داخل نطاق الأسرة .

وللأسرة دور كبير في عملية الانتخابات ، فقد وجد عند دراسة أثر الإعلام في الانتخابات أن أحد الأشخاص يقول "إنني أدلي بصوتي للديموقراطيين وإلا سلخني جدي". ويقول آخر أنه "ينتخب المرشح الجمهوري جريا على العادة المتبعة في اسرته". وفي دراسة علمية أخرى ، ثبت أن عدد الناخبين الذين يخرجون على نمط الأسر في الانتخاب لايزيد عن 4٪ فقط من العينة ابالغ عددها 413 شخصا [1].

المجتمع المحلي والعلاقات العامة :

المقصود بالمجتمع المحلي Community :

استخدمت كلمة مجتمع محلي استخدامات مختلفة وتعددت وظائفها ومع ذلك فمازال معناها يكتنفها الغموض . وهي كلمة تشير إلى جماعة من الناس يصنفون طبقا لمعيار معين. فالمجتمع المحلي في رأي خبراء الشئون الاجتماعية للدول العربية الذين عقدوا مؤتمراً في القاهرة عام 1955 هو مجموعة من الأفراد تتميز حياتهم بطابع ثقافي مشترك ، ويتميز بكل أو بعض الخصائص الآتية : –

1- بقعة جغرافية محددة ثابتة إلى حد كبير .

2- مصالح اجتماعية واقتصادية مشتركة .

3- مجموعة من العادات والتقاليد والروابط والقيم الاجتماعية تستثير فيهم الشعور والإحساس بالانتماء لمجتمعهم .

---

1 – د. إبراهيم إمام ، الإعلام والإتصال بالجماهير ، ص 149 .

ويؤخذ على هذا التعريف أنه أغفل أهمية وجود مؤسسة أو بناء تنظيمي يمكن عن طريقة أن يحقق أفراد المجتمع أهدافهم ، كما أنه وإن كان قد عرض لبعض خصائص المجتمع المحلي ، فإنه قد جانبه الصواب في تحديد جوانب أخرى تشكل في مجموعها محور المضمون في عملية تنمية المجتمع كلها [1] .

ويميز المجتمع المحلي التفاعل بين أعضائه ، ويحدث هذا التفاعل بدرجات متفاوتة بين الجماعات المختلفة ، ويعتبر جورج لندبرج ور. م. ماكيفر من أنصار هذا الاتجاه. فقد عرف جورج لندبرج [2] المجتمع المحلي بأنه تجمع من الناس يتوفر فيه أدنى درجة من التجانس الجغرافي والتفاعل. أما ماكيفر [3] ، فقد عرف هذا المصطلح في كتابه "المجتمع المحلي Community" بأنه : منطقة للحياة العامة تتمثل في القرية أو المركز Town أو مقاطعة district ، أو الريف Country ، أو منطقة أكثر اتساعا ، وهي تتميز عن المناطق البعيدة عنها ، حيث تتسم الحياة العامة بسمات تميزها عن غيرها كحدود المنطقة وأنماط الأخلاق والتقاليد وأسلوب الحديث . وتلك هي مظاهر الحياة العامة . كما ينظر إلى المجتمع المحلي باعتباره جزءاً من مجتمع أكبر .

ويتبين من ذلك أن كلا من لندبرج وماكيفر قد تناول مصطلح "المجتمع المحلي" من منظور مختلف ، ومع ذلك فقد اتفقا على الأسس الآتية :

1- أن المجتمع المحلي يرتبط بمنطقة جغرافية .

2- تشير كلمة مجتمع محلي إلى تجمع من الناس يتميزون بطابعهم الخاص في حياهم العامة. أو أشكال التفاعل التي تميزهم عن غيرهم من التجمعات الإنسانية الأخرى .

---

1 – محمد كامل البطريق ومحمد جمال شديد ، تنمية المجتمع المحلي ، دراسة تحليلية للأساس النظري لمنهج تنمية المجتمع والأبعاد الرئيسية لمدى تطبيقه بفاعلية في المجتمعات الريفية ص 29 .

2 – Peter Mann' An Approach to urban Sociology p. 186.

3 – Ibid. p. 187.

3- أن المجتمع المحلي مصطلح نسبي ، إذ ينظر إليه باعتباره مجتمع يتميز عن المجتمعات الأخرى ، وهكذا فالمجتمع المحلي يعتبر مسألة درجة .

كما ينظر إلى المجتمع المحلي باعتباره بناء وديناميكية. ويشير البناء إلى تنظيم المجتمعات المحلية واختلافها بعضها عن بعض من حيث الشكل والحجم، أما الديناميكية فتشير إلى عملية التفاعل وأنماط التغيير. وتعتبر التربة الأساس البنائي للمجتمع المحلي . فهي تمد الإنسان بالغذاء والمياه [1] .

ويرى كونينج [2] أن المجتمع المحلي لم يختف أو ينهار كلية بظهور الثورة الصناعية والحضرية . واعتبر شنور **Schnore** المجتمع المحلي وحدة أساسية للبناء الاجتماعي . وتتمثل عناصره في المظهر الديموجرافي والإيكولوجي والبنائي . ويؤخذ على هذا التعريف أنه استخدم ألفاظاً غامضة – مثل "الوحدة " و "الكيان" .

وذكر ردفيلد [3] في كتابه "المجتمع المحلي الصغير أن المجتمع يتكون من كيانات متكاملة يكون المجتمع المحلي الصغير واحدا منها . ويتكون المجتمع المحلي الصغير من عناصر هي الأفراد والقومية والحضارة . ويؤخذ على هذا التعريف أنه تصور المجتمع المحلي في ضوء عدد من الصفات كالتباين ، والحجم الصغير ، والاكتفاء الذاتي ، وتجانس السكان . كذلك فإن التجانس والإكتفاء الذاتي هي مسائل نسبية تضم عددا من الخصائص ، فالقرية تشمل العديد من المهن ، والطبقات المهنية ، وفيها يتنوع الانتساب الديني والسياسي .

كما يستخدم مصطلح "المجتمع المحلي" لوصف ثقافة فرعية أو فئة من الناس سواء من الناحية الجغرافية كما فعل هيكوري كورنرز **Hickory Korners** في كتابه

---

1 – Charles H. Southwich, Ecology and quantity of our Environment p.p. 321 – 322.

2 – Peter Worsoley & others, Introducing Sociology p. 249 .

3 – Ibid., p. 250.

"مدينة نيويورك" أو من الناحية السسيولوجية مثل دراسة مجتمع الدارسين Scholars ، ومجتمع الزنوج [1] .

وجملة القول فإن كلمة "مجتمع محلي" تشير من وجهة النظر السسيولوجية إلى جماعات من الناس تعيش في مساحة صغيرة من الأرض تجعلهم في اتصال مستمر ينتج عنه التفاعل بين اعضائها ، ويعدهم هذا التفاعل للعمل على وحدة المجتمع الذي يعيشون فيه وتماسكه ويتميزون بثقافة عامة ونسق اجتماعي ينظم نشاطاهم، وخبرات مشتركة ومؤسسات خاصة تنظم العلاقات بينهم. كما نمى هذا الحجم كلما ازداد عدد أفراده وتعقدت نظمه وهكذا فالمجتمع المحلي هو وحدة إقليمية محلية .

ويتبين من ذلك أن وجود عدد قليل من المساكن مثل كفر أو مزرعة لا يشكل مجتمعا محليا . فالافراد في هذه الكفور أو المزارع ينتقلون من مكان إلى آخر سعيا وراء سد حاجاهم . ويتضح من هذا التعريف أن المجتمعات المحلية تنتج من التجارب الإنسانية وهي تتضمن :

1- الخصائص السكانية مثل عدد السكان،والكثافة، والجنس، والعمر ... إلخ.

2- طبيعة ومدى المنطقة (الحجم وخصوبة التربة والمناخ والمصادر والطبوغرافيا) التي يشغله السكان .

3- الاحتياجات البيولوجية ، على أن يوضع في الاعتبار الاختلافات العمرية والجنسية والاحتياجات المكتسبة كالقيم والرموز والأهداف — أي الثقافة التي تستخدم لتعديل الدوافع البيولوجية والسيطرة عليها .

4- توزيع المهارات التكنيكية النوعية : جرى العرف على تصنيف المجتمعات المحلية إلى ريفية وحضرية ويقوم هذا التقسيم على أساس حجم وكثافة السكان سواء أكانت زراعية أو تجارية أو صناعية .

---

1 – Paul Harton J. & Hunt L; Sociology, p.p. 417...

ويؤخذ على هذا التقسيم أنه أغفل أمورا أخرى مثل قرية الصيد ، ومنجم التعدين والتجارة كما أنه لم يضع في اعتباره أن وسائل النقل الحديث قللت المسافات بين الريف والمدينة، وخضع المجتمعان الريفي والحضري لنفس الظروف مما نتج عنه مجتمع واحد – لا مجتمعان منفصلان .

المجتمع المحلي والعلاقات العامة :

يبدأ نشاط العلاقات العامة بالمجتمع المحلي . والمجتمع المحلي هنا هو الذي تقيم فيه المؤسسة الصناعية منشآتها ، والذي تروج فيه سلعها ومنتجاتها فلا يمكن لأي مؤسسة مهما رسخت أقدامها واكتسبت جمهوراً كبيراً من العملاء أن تغفل أهمية علاقاتها مع المجتمع المحلي. بل إن دوام نجاحها واستقرار نشاطها إنما هو نتيجة حتمية لنجاح علاقاتها مع هذا النوع من الجمهور ، ومن ثم فإن أفراد المجتمع المحلي هم نقطة البداية التي تنطلق منها شهرة المؤسسة وسمعتها بوجه عام . وعلى هذه الشهرة . وتلك السمعة يتوقف نجاح المؤسسة في جذب العمال المهرة والموظفين الأكفاء في المجتمع المحلي للعمل بها . وفي جذب المكتتبين والمساهمين . ومن ثم فلا يمكن لأي مؤسسة أن تعيش إذا وحدت في مجتمعها المحلي من يناصبها العداء أو غير راضي عن نشاطها ، ولا يمكن لأي مؤسسة أن تعيش إذا وجدت في مجتمعها المحلي من يناصبها العداء أو غير راضي عن نشاطها ، ولا يمكن لأي مؤسسة أن تؤدي وظائفها دون مساندة من المجتمع المحلي.

وفي الواقع ، فإن جميع مجالات أنشطة المنظمة تتعلق بالمجتمع المحلي ، حيث تواجهة الشركات الصناعية نقدا ممن يهتمون بحماية البيئة من التلوث . وهناك شركات أخرى تسعى لإقامة علاقات طيبة مع جميع القوى التعليمية في المجتمع المحلي . حتى يتسنى تدريب قوي العمل بالمعاهد والمدارس القائمة في المجتمع المحلي .

وتستفيد المؤسسات من الموارد الطبيعية والبشرية الموجودة في المجتمع المحلي سواء في صورة خدمات مباشرة للمؤسسة وجمهورها الخاص . فكثيرا ما يتطوع جمهور المجتمع المحلي بتأييد المؤسسة الاقتصادية تأييداً يساعدها على التغلب على الصعوبات

والعقبات التي قد تقابلها أو بنشر خدماتها واتساع عدد جمهورها الخارجي الخاص . وعليه تهدف خطط العلاقات العامة إلى تزويد المجتمع وأفراده ، بمعلومات إضافية عن الخدمات التي تمنحها المؤسسة لهذا المجتمع ، وعن خطط المستقبل التي تطمئن المجتمع على رغده ورفاهيته .

وتسعى العلاقات العامة إلى الإسهام في الرخاء الاقتصادي عن طريق رفع الكفاءة الانتاجية للعاملين ، وتنمية مهاراتهم ، وتوسيع دائرة معارفهم ، وتنمية الوعي الإدخاري ، حتى ينهض المجتمع ، ويرتفع مستوى أفراده .

وتسهم العلاقات العامة في تقديم الخدمات الاجتماعية والثقافية عن طريق إنشاء مؤسسات للترويج والتثقيف . كما قد تصدر نشرات ودوريات في تحسين المرافق العامة بالمجتمع المحلي بالتعاون مع المؤسسات الأخرى ومع الهيئات الحكومية .

وفي المجتمعات المحلية تستخدم الإذاعة المحلية. والتي انتشرت باعتبارها وسيلة يمكن لرجل العلاقات العامة استخدامها. وعلى مستوى الشئون المحلية يتركز السكان في مساحات أرضية محددة . ومن ثم يمكن إقامة معارض باعتبارها أداة فعالة في يد رجل العلاقات العامة ، خاصة وأن المعارض الصغيرة التي تقام في المجتمعات المحلية لا تحتاج إلى تكاليف باهظة .

وفي ضوء هذا كله من الضروري على رجل العلاقات العامة أن يدرس المجتمع المحلي دراسة فاحصة قبل وضع برنامج العلاقات بالمجتمع المحلي وتقتضي هذه الدراسة اتخاذ الخطوات الآتية :

1- دراسة تكوين المجتمع المحلي وذلك بمعرفة تعداد السكان واتجاهاته سواء صعوداً أو نزولا ، وتقسيماته إلى الفئات المختلفة حسب الدخل والثقافة والسن والجنس والحالة الاجتماعية والمهن والدين والجنسية وغير ذلك .

2- دراسة الأفراد والهيئات والمعاهد المختلفة الموجودة بالمجتمع المحلي التي لها تأثير ونفوذ على الرأي العام كقادة الفكر والمدارس والجامعات والأندية والنقابات .

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة أغراض هذه الهيئات والأعمال التي تقوم بها ومدى التفاف الأعضاء حول قادتها .

3- دراسة الرأي العام للمجتمع المحلي نحو المؤسسة نفسها وسياستها نحو عمالها وموظفيها وجيرانها وما إلى ذلك عن طريق الاستقصاء بواسطة قوائم الأسئلة أو المقابلات الشخصية . وقد تقوم المؤسسة بعمل هذا الاستقصاء أو قد تعهد به إلى بعض المتخصصين في هذا الميدان [1] .

الرأي العام والعلاقات العامة :

سبق أن تناولنا مفهوم الرأي العام ومكوناته ، ودرجاته وأنواعه . ونتناول في هذا الجزء من الكتاب العلاقة بين الرأي العام والعلاقات العامة ، إذ لاشك أن من أهم أهداف وظيفة العلاقات العامة التأثير في الرأي العام وعن طريق وسائل الاتصال يمكن ترسيخ الاتجاهات ، بل والعمل على تغييرها . ولقد أصبح للرأي العام في عالم اليوم درجة من القوة لا يمكن إغفالها أو التغاضي عنه . ويمكن القول أن هناك ثلاث وسائل لحمل الآخرين على القيام بما يزيد ، وهي الضغط ، والشراء ، والإغراء أو الاقتناع . ونظرا للتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي حدثت في معظم المجتمعات ، فإن الوسيلة الأولى والثانية لا تتمشيان مع الظروف الحاضرة ، فضلاً عن أنهما لا تستقيمان مع القيم السوية . لذلك فإن الوسيلة المتاحة للاستخدام في العلاقات العامة هي الإغراء أو الإقتناع ، ويمكن أن يأخذ أحد الأشكال الآتية : -

1- تغيير أو تحديد الآراء السلبية أو غير المواتية أو المعادية .

2- بلورة أو خلق الآراء التي لم تتكون بعد أو الكامنة ، وذلك بشكل يتمشى مع مصلحة المنشأة .

3- الإبقاء على الآراء الإيجابية أو المواتية ، أي التي تتفق ومصلحة المنشأة[2] .

---

1 - د. عادل حسن . المرجع السابق . ص ص 146 - 147 .

2 - انظر : د. محمد عبدالله عبد الرحيم . المرجع السابق . ص ص 89 - 90 .

النظم الاجتماعية والعلاقات العامة :

النظم الاجتماعية :

لا يمكن لأي مجتمع من المجتمعات أن يوجد وأن يستمر في الوجود دون أن يتفاعل أفراده مما ينتج عنه العديد من العلاقات الاجتماعية التي تشبع حاجات الأفراد ، وهذا التفاعل لا يتم سبهللا ، وإنما يتم بطرائق منظمة وقواعد وروابط معينة ، وهذه الطرائق المنظمة والقواعد المعينة والتصرفات الاجتماعية الموجودة داخل نطاق نسق اجتماعي معين تتبلور في أنماط العلاقات الاجتماعية، تسمى النظم الاجتماعية ، فمثلا العلاقات الاجتماعية الخاصة بالإنتاج والتوزيع والاستهلاك تدخل في مجال النظم الاقتصادية ، والعلاقات الاجتماعية الخاصة بالقرابة والزواج والطلاق والميراث تدخل في مجال النظم الأسرية وهكذا .

وقد تباينت تعريفات علماء الاجتماع لإصطلاح النظم الاجتماعية تبعا لوجهة النظر الخاصة لكل منهم ، حتى أن الأستاذ "ماكيفر Maciver" [1] قدم لنا أكثر من تعريف في كتبه المختلفة، ففي كتابة "المجتمع المحلي Community" يعرفه بأنه الصور أو الأشكال الثابتة التي يدخل الناس بمقتضاها في علاقات اجتماعية .

ولكنه في كتابه "المجتمع" يعرفه بأنه يمكن تسمية كلما هو مقرر اجتماعيا نظاما . بينما يذكر في مؤلفه الذي اشترك فيه بيج Page ، بعنوان "المجتمع" أن النظم الاجتماعية ، هى الأشكال المقررة لأساليب العمل والسلوك فى الحياة الاجتماعية وفي مجال آخر يذكر أن النظم الاجتماعية هي أساليب نمطية للسلوك الاجتماعي ، ويتكون منها الجهاز الذي عن طريقه يستطيع البناء أن يستقر ويستمر[2].

ومن المألوف في بعض الأحيان أن نشير إلى أي شيء اتفق عليه اجتماعيا بأنه نظام سائد. وعرف هـ. أ. بارنز النظم السائدة بأنها التركيب الاجتماعي والآلة التي من

---

1 – د. أحمد أبو زيد، البناء الاجتماعي. مدخل لدراسة المجتمع، الجزء الأول، المفهومات، ص 118.

2 – د. عاطف وصفي . الأنثروبولوجيا الاجتماعية . ص 172 .

خلالها ينظم المجتمع الإنساني ، كما يوجه وينفذ وجود النشاطات المتعددة المطلوبة لإشباع الحاجات الإنسانية .

أما مالينوسكي [1] فيرى أن النظم الاجتماعية "وحدات للنشاط البشري المنظم"، وفكرة النظام عند مالينوسكي تقتضي وجود اتفاق عام في المجتمع على بعض المعايير التي تتألف منها المهارات المكتسبة والعادات والقيم الخلقية والقانونية .

ويعرف "كاردينر kardiner" النظم الاجتماعية بأنها الوسائل التي تؤثر بها على الافراد – أي القواعد التي بمقتضاها تسير الجماعة الفرد وفق النماذج التي تراها. أما "ميد Mead" فتقول أن النظم ليست إلا نماذج منظمة لسلوك توجه أفعالنا ومواقفنا.

وهناك فارق بين الظواهر أو الوقائع الاجتماعية والنظم الاجتماعية ، فإذا أجرى باحث إحصائيات في مجتمع ما عن عدد الزيجات وعدد الأسر التي تمت فيها حالات الطلاق فإنه يدرس هنا ظاهرة أسرية .

أما إذا درس باحث طقوس الزواج وكيف يجري الطلاق فإنه يدرس هنا النظام الأسري ، ومع ذلك فالفارق ليس كبيراً بين الوقائع والظواهر الاجتماعية وبين النظم الاجتماعية .

كما أن هناك فرق بين النظم الاجتماعية والروابط الاجتماعية ، فنحن ننتمي إلى روابط لا إلى نظم ، فإذا كنا نتحدث عن زمرة إجتماعية ، فإننا نتحدث عن أشكال القواعد والإجراءات ، فإننا نقصد بها النظام السائد ، وإذا نظرنا إلى معهد أو كلية كهيئة من العميد ، والأساتذة ، والموظفين ، والطلبة ، فإننا ننظر إليها كوحدة من النظم السائدة .

هذا وتترابط النظم الاجتماعية بعضها مع بعض بحيث يؤثر ويتأثر كل منها بالآخر، وتدخل في نموذج يمثل الحياة الاجتماعية في مجتمع معين .

---

1 – د. أحمد أبو زيد . المرجع السابق . ص 118 .

المقصود بالنظم الاجتماعية الاساسية :

هناك ما يسمى بالنظم الاجتماعية الأساسية Basic ، والنظم الاجتماعية غير الأساسية أو الإضافية Sub – Sidery وتشمل النظم الاجتماعية الأساسية جميع النظم التي تعتبر ضرورية لقيام الصورة أو الشكل الاجتماعي ، مثال ذلك النظم الأسرية والملكية والدين والمدرسة . أما النظم الاجتماعية الإضافية ، فهي وإن كانت مفيدة . إلا أن الحياة الاجتماعية الإضافية ، فهي وإن كانت مفيدة . إلا أن الحياة الاجتماعية لا تتوقف بدونها ، ومن الأمثلة على ذلك النظم الخاصة بالتربية والرعاية الاجتماعية .

ويقول العلامة "بالارد Ballard" [1] أن ما يدخل ضمن النظم الأساسية أو الإضافية يتوقف على الثقافة السائدة في المجتمع والظروف السائدة به . هذا وما يعد نظاما أساسياً في مجتمع قد يعد إضافيا في مجتمع آخر ، والعكس بالعكس.

النظم الأسرية والعلاقات العامة :

تعريف النظم الاسرية :

للأسرة أشكال مختلفة ، وتبعا لذلك فقد اختلفت تعريفات علماء اجتماع لها ، ومع ذلك فيمكن القول أن اصطلاح الأسرة الذي يقابل لفظه Family بالإنجليزية يعني معيشة رجل وامرأة أو أكثر معا ، على أساس الدخول في علاقات جنسية يقرها المجتمع، وما يترتب على ذلك من واجبات وحقوق، كرعاية الأطفال المنجبين وتربيتهم، ثم امتيازات كل من الزوجين إزاء الآخر، وإزاء أقاربهم ، وإزاء المجتمع ككل .

وفي العربية تعني كلمة أسرة تلك الجماعة المكونة من الزوج والزوجة وأولادهما . غير المتزوجين الذين يقيمون في مسكن واحد. أما كلمة عائلة Extended family فهي تطلق على الجماعة التي تقوم في مساكن واحد ، وتتكون من الزوج والزوجة

---

1 – د. عادل حسن . المرجع السابق . ص 46

وأولادهما الذكور والإناث غير المتزوجين والأولاد المتزوجين وأبنائهم وغيرهم من الأقارب كالعم أو العمة والأبنة الأرمل الذين يقيمون في نفس المسكن ، ويعيشون في حياة اجتماعية واقتصادية واحدة تحت إشراف رئيس العائلة.

الاسرة والعلاقات العامة :

قد تظهر بعض العقبات في مجال الأسرة تعوق المناقشات وتبادل الأفكار ويرجع هذا إلى تشتت أعضاء الأسرة، وانعدام الاتصال الشخصي، مما يجعل التعاون مستحيلا، والتفاهم صعبا. وهنا تبدو أهمية دور خبير العلاقات العامة في الإتصال بالأسرة مستخدما في ذلك وسائل الاتصال عن طريق الصحافة والإذاعة وإرسال الخطابات لجميع أعضاء الأسرة ، ويجعل القضية التي يعمل من أجلها محور أحاديث الجميع سواء أثناء الطعام، أو في أوقات الراحة وغيرها ، مما يساعد على عبور القنطرة ، وتقريب الفجوة بين أعضاء العائلة من أجل إقامة تفاهم متبادل .

ولا شك أن الثقافة السياسية ومشاركة الجمهور تمكننا من معرفة الرأي العام الذي يؤثر بدوره على الفرد. وسواء نجح المرشح في الانتخابات في ظل حزب الأحرار أو المحافظين، فإنه يقدم نفسه إلى المواطنين من خلال انتسابه العائلي ، وتنشئته الأسرية [1] .

ومن جهة أخرى يعتمد المريض على المستشفى في إمداده بالتسهيلات أو النشاطات التيتعمل على تحسين صحته فيزيقيا وعقليا . ومع ذلك فإن أعضاء الأسرة يلعبون دوراً هاماً في تشجيعه على أن لا يعيش في وحدة ، وتساهم الأم مساهمة فعالة في علاج أبنائها المرضى ، وذلك باتباع الآتي :-

1- تمد الأم الطبيب بالحقائق الضرورية التي تشمل تاريخه المرضي في الماضي والحاضر

---

1 - Horry Holloway & John George, Public opinion. Coalition Elites and Masses. P. 70.

2- تتحدث الأم مع الطبيب ، وتعطيه الفرص اللازمة لعلاج إبنها المريض والوقت اللازم لذلك .

3- ترحب الأم بالطبيب وتستقبله استقبالا حسنا ، وتشجع إبنها على أن يسلك نفس السلوك .

النظم الدينية والعلاقات العامة :

التعريف بالنظم الدينية :

من الصعوبة بمكان تعريف الدين لأنه يتضمن علاقة بين الفرد والمجموعة وبين قوى تعلوه غير مطوعة للتعريف الألفاظ التي يفهمها العقل . هذه القوى الفوق طبيعية تسمى بأسماء مختلفة منها المانا Mana ، والبوذا Buddha والله God ، ويتجلى الدين في ثلاث مظاهر أساسية :

1- يصور الدين الطبيعة وصفات الله .

2- يتضمن الدين مجموعة من العقائد تخص الواجبات والالتزامات المتبادلة بين الله والبشر .

3- ويحوي الدين مجموعة من أنماط السلوك تعبر عن إرادة الله ويرضى عنها ضمير الفرد.

وما يهمنا في هذا المجال هو أن الدين موجود في كل مجتمع إنساني ، وأنه ينشأ عن حاجات البشر . ويقدم طرقا لإشباعها . فالمعتقدات والشعائر الدينية أيا كان شكلها ونظامها لها دور في الحياة الاجتماعية . فهي تهدف إلى تماسك المجتمع، وترابط أفراده، فمثلا كان الدين أداة قيمة في رعاية الوحدة القبلية أو الوطنية وحفظها . وللدين وظائف نفسية مثل اشعور والقوة للإعتقاد أن قوة غيبية تساعد الإنسان في حياته وبعد مماته . وهكذا يعد الدين ظاهرة فردية وإجتماعية .

وقد لوحظ أن الأديان السماوية الإسلام والمسيحية واليهودية هبطت في مجتمعات متمدينة ، ولهذا فإن المجتمعات البدائية لم تعرف هذه الأديان اللهم إلا منذ عهد قريب

على يد المبشرين ، وظلت طوال تلك الفترة الماضية يقوم افرادها بمجموعة من العقائد والطقوس المتوارثة من اجيال قديمة مثل عبادة الأجداد والنظام الطوطمي .

وينتشر نظام عبادة الأجداد في معظم المجتمعات البدائية في أفريقيا، ويعتقد أفراد القبائل التي تطبق نظام عبادة الأجداد ، في أن الأجداد يتمتعون بقوى غيبية تستطيع أن تلحق الأذى بأعضاء العصبية، وتستطيع كذلك مساعدتهم- أي يتمتعون بخصائص الآلهة، وهم يجتمعون في مكان عام أو في بيت أكبرهم سنا أو مركزاً ، ويمارسون بعض الطقوس هادفين الحصول على إرضاء ومساعدة أرواح أجدادهم الموتى . وينتشر النظام الطوطمي بين قبائل سكان استراليا الأصليين . وهناك تصورات مختلفة للطوطم. فالبدائي الاسترالي يوحد بين البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية في عالم واحد ، ويعتقد أن العالم قد تكون في عصور قديمة عن طريق كائنات يطلق عليها اسم طوطم Totem ، ويمثل الطوطم الواحد إحدى مظاهر الطبيعة المحيطة به . فقد يكون كنجاراً ، أونباتا ، أو ظاهرة مناخية .

إلا أن هناك قبائل تعتقد أن الطوطم هو الجد الأكبر الذي ينتمي إليه أفراد القبيلة وهناك عشائر أخرى تعتقد أن الجد الأكبر للعشيرة كان توأما للحيوان الطوطم ، أما قبائل الدنكا بجنوب السودان فتعتقد أن الصلة بينها وبين الحيوان الطوطم قد نتجت عن ميثاق بين الحيوان الطوطم واحد الأجداد .

الدين والعلاقات العامة :

قسم دور كايم في تحليله الشهير الطقوس الدينية إلى ما هو إيجابي وما هو سلبي . ويتضمن النوع السلبي المحرمات ، وتجنب ، والابتعاد عن الناس ، مما يؤدي إلى رقابة النفس / الذات . أما الطقوس الدينية الإيجابية فتتضمن احترام وطاعة الفرد لقوى فوق طبيعية ، وتدفعه إلى القيام ببعض الأفعال . ويشتمل ذلك المتعبد والمستقبل . وتؤكد هذه الطقوس الإيجابية تساند العلاقات الاجتماعية بين المتعبد والمستقبل [1] .

---

1 – Evring Goffman, Relations in public, p. 62.

وبالرغم من أوجه التباين في المعتقدات الدينية ، وحتى في المذاهب المتفرعة عن الدين، فإنها جميعا تلعب دوراً بالغ الأهمية في تشكيل ألوان الاهتمامات والميول العامة. ومن أمثلة ذلك ما تلجأ إليه الشركات المعنية بحفظ اللحوم – مثلا – بدراسة اتجاهات الرأي العام في المجتمع في مسألة ذبح اللحوم بالطرق المتفقة مع المعتقدات الدينية لأصحاب الديانات والمذاهب المتعددة داخل نطاق المجتمع موضوع الدراسة .

ولكل دين تعاليمه التي تؤثر في سلوك أفراده والتي تلعب بصورة أو بأخرى دوراً في تحديد الإقبال ، أو درجة الصد التي تقابلها سلعة أو خدمة معينة [1].

وقد أدرك خبراء العلاقات العامة تأثير رجال الدين في تكوين رأي الأفراد والجماعات. وفي مصر وحدها ما يزيد عن الثلاثين ألف مسجد تنتشر في سائر أنحاء مصر وإمام المسجد الذي يلقى خطبته أيام الجمع وفي الأعياد والذي يلجأ إليه أهل القرية لحل مشكلاتهم وفقاً للأصول الدينية يكون موضوع ثقة الجميع ، ومحل تقدير فئات الناس على اختلاف مستوياتهم . ولا جدال في أن الخطب الدينية من أهم وسائل الإتصال في المجتمعات الإسلامية ، وقد كان الخلفاء والولاة في الماضي يعتمدون عليها في إذاعة الأخبار ، وتوجيه الناس وإرشادهم . وينبغي على خبراء العلاقات العامة ألا يهملوا هذه الوسيلة بحال من الأحوال ، لأنها تتصل بأعمق أغوار النفس البشرية [2] .

النظم الاقتصادية والعلاقات العامة :

التعريف النظم الاقتصادية :

يقصد بالنظم الاقتصادية الأساليب المستخدمة في إشباع حاجات الإنسان المادية ، ورغم تنوع تلك الأساليب وتمايزها من مجتمع إلى آخر ، إلا أنها تتفق جميعا في ثلاث أسس هي الموارد والأدوات والعمل الإنساني .

---

1 – د. محمد طلعت عيسى .العلاقات العامة كأداة للتنمية ص ص 63 – 64 .

2 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ص 199 .

والعوامل الاقتصادية أهميتها في إعطاء النظم الاجتماعية شكلها وصورها ، فهي التي تحدد مثلا نوع التعليم الذي يمكن أن يتلقاه الفرد ، كما تعين نوع المهن التي يعمل فهي، كذلك فهي تحدد دوره ومركزه والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها . كما أن لها دورا في تكوين الأسرة ، فالأسرة الصغير عندما تتكون لا تعبر عن رغبتها في المعيشة فحسب ، وإنما تتحمل أعباء اقتصادية لم يكن يتحملها أي من الزوجين من قبل. كذلك فإن النظام الاقتصادي الاشتراكي يهدف إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية .

تطور النظم الاقتصادية :

لا يخلو أي مجتمع من المجتمعات سواء في الماضي أو الحاضر ، ومهما بلغت درجة تخلفه أو تمدنه من نظام اقتصادي ، ولكن تلك النظم كانت بسيط في الماضي وفي المجتمعات البدائي أو المتخلفة حاليا عنها في المجتمعات النامية أو المتقدمة ، ولهذا كان الاختلاف بينها هو اختلاف في الكيف ليس في الدرجة .

ففي العصر الحجري القديم، وبعض المجتمعات البدائية مثل قبائل الاندمان وتسمانيا في بوليتريا، قبائل الاقزام في أفريقيا ، وبعض قبائل الهنود الحمر (الشوشون) في أمريكا الشمالي . كانت تعيش حتى وقت قريب على جمع الثمار صيد الحيوانات .

وفي العصر الحجري الحديث ، اخترع الإنسان نظاما اقتصاديا ، هو استئناس الحيوانات والنبات، وتحول الإنسان إلى مزارع ورعي . ويعتقد أن منطقة الشرق الأوسط وخاصة العراق وإيران والشام تمثل أقدم مراكز الزراعة . فقد اخترعت منذ فترة تتراوح ما بين 20 ألف و 15 ألف سنة ماضية .

وتعترف المجتمعات البدائية عموما بالملكية الخاص بالنسبة إلى أشياء معينة كالملبس وأدوات العمل والأكواخ أو الأجزاء الخاص من كوخ مشترك . أما ملكية الأرض فهيكلها الأساسي الملكية الجماعية تضمحل في المراحل العليا لهذه المجتمعات . غير أنها لا تنتهي إلى مرتبة الملكية الفردية .

ومن خلال النظام الزراعي ظهر نظام الإقطاع الذي انقسم فيه المجتمع إلى طبقة الأشراف وطبقة الرقيق ، وكان نظاما يقوم على العبودية . قد أدى النظام الإقطاعي

إلى ظهور المدن التي اشتغلت بالتجارة في الرقيق الفارين من الإقطاعيات ، وهربا من الكبت والخضوع والتبعية. وترتب على تقدم المدن وانتشارها تركز التجارة والأموال مما قوى نفوذها وأدى إلى انصرام النظام الإقطاعي .

ومع تزايد السكان وظهور المدن ، برزت القوة الميكانيكية في الإنتاج ، وحدث الانقلاب الصناعي . وازداد التصنيع ، وظهر النظام الرأسمالي الذي عرفه سيدني وب Sidney Web بأنه تلك المرحلة الخاصة من تطر الصناعة والنظم التشريعية التي يجد فيها مجموع العمال أنفسهم منفصلين عن تملك أدوات الإنتاج على نحو يجعلهم في مركز الأجراء الذي يبدو أن رزقهم وأمنهم وحريتهم الشخصية تعتمد على جزء ضئيل نسبيا من الأمة . وأعنى بهم أولئك الذين يملكون الأرض والآلات وقوة العمل في المجتمع ، ويتحكمون في تنظيمها بحكم ملكيتهم لها، ويفعلون ذلك بغية الحصول لأنفسهم على أرباح فردية شخصية .

ويقوم النظام الرأسمالي على الترعة الفردية. والحرية ، والملكية الخاصة لأدات الإنتاج، والمنافسة الحرة، والربح كحافز للإنتاج، وعدم تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية. والنظام الرأسمالي أسمى دون شك من النظام الاقطاعي ، إلا أنه انطوى على مساويء وعيوب، وخلق الطبقة الرأسمالية التي أحلت محل طبقة الإقطاعيين ، وتركز رأس المال في يد تلك القلة ، وإتحدت طبقة الرأسماليين لتواجه التحديات ، احتكرت الصناعات، واستطاعت القبض على زمام الأمور في مجتمعاتهم ، وتوجيه سياسة الدولة لمصحلتها. كذلك أدى هذا النظام إلى سوء توزيع الثروة الدخل ، وإلى سوء توزيع الموارد الانتاجية ، وكانت البطالة والتقلبات الاقتصادية .

ونتيجة لهذا ظهر التراع العنيف بين طبقة أصحاب رؤوس الأموال، و(البروليتاريا) مما حدى بالدول إلى التدخل السريع للحد من هذا الصراع ، ولتجنب الأزمات الاقتصادية والبطالة والإخلال من التفاوت الهائل في الثروة والقوة. وإتخذ هذا التدخل صوراً متعددة منها: الضريبة التصاعدية، والنظم التعاوني، وإزدياد السيطرة العامة على المؤسسات شبه الأهلية مع الحفاظ على الملكية الخاصة في وسائل الإنتاج .

أما الدول الإشتراكية فقد حلت هذا التناقض عن طريق الإشراف الكامل على الإنتاج وملكية وسائله والتعاون الواعي وتوزيع قيمة الإنتاج الجماعي بين الوظائف الاجتماعية المختلفة . ويقوم النظام الاشتراكي على الأسس الآتية :

أ – جماعية ملكية أدوات الإنتاج .

ب– تخطيط شامل للحياة الاقتصادية والاجتماعية .

جـ – ديمقراطية إدارة عملية الإنتاج .

د – تحقيق العدالة في التوزيع .

النظم الاقتصادية والعلاقات العامة :

لعبت الثورة الصناعية دوراً بارزاً في عملية الاتصال . ففي عام **1813** ظهرت آلة الطباعة التي تعمل بأداة الرفع . ثم حلت محلها آلة جوتنبرج **Gutenberg** اللولبية **Serew- Type**. وبعد مرور عدد من السنوات ظهرت الآلة التي تعمل بقوة البخار، ثم آلة الطباعة التي تعمل باسطوانتين (سلندرين) .

وقبل حدوث الثورة في وسائل الاتصال مال الناس إلى الاكتفاء الذاتي والاستقلالية. ومع ظهور الثورة الصناعية زادت السرعة نحو التحضر والانتاج الضخم، كما ازداد الاتصال اللاسلكي ، والسفر باستخدام السكك الحديدية . وتمثل قضبان السكك الحديدية ثورة في وسائل الاتصال ، وعلى وجه الخصوص فى الولايات المتحدة الامريكية ، وتبع ذلك ظهور شركات ضخمة في الولايات للبترول والصلب ، والفحم وتغليف اللحوم ، والمنافع العامة ، وخلال هذا النمو غير المخطط سادت الاحتكارات، والنزعة الفردية ، وأدى مبدأ "دعه يعمل **Fair – Laissez**" إلى حب الناس للمال، وترك هذا بصماته على جميع مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

وبالإضافة إلى ذلك فقد اهملت الشركات المصلحة العامة في المجتمع ، وأصبحت العلاقات بين الناس غير شخصية، ونظراً لتلك الهوة الضخمة بين الشركات

وجمهورها فقد رأت الشركات أن تعيد النظر في وجود علاقات واتصالات بينها وبين جمهورها، وبتبصير هذا الجمهور بالشركة وأهدافها، واستخدمت لتحقيق ذلك متخصصين في مسائل الاتصال وإقامة المعارض والاحتفالات لإخبار الناس بالشركة وشئونها [1] .

ولهذا نجد أن أجهزة الإعلام تستهدف خدمة الاقتصاد ومكافحة التضخم وتوفير المواد الأولية والوقود، وحث المواطنين على مراعاة الاقتصاد في مصادر الطاقة وترشيد الاستهلاك. وفي ظل النظام الرأسمالي تعمل وسائل الإعلام على تدعيم الفكر الرأسمالي الذي ارتضاه الشعب والمحافظة عليه وتطوير وتغيير بعض شوائبه . بينما تعمل وسائل الإعلام في المجتمع الاشتراكي على تدعيم الفكر الذي ارتضاه الشعب والمحافظة عليه وتطويره وتغيير بعض شوائبه. والعملية واحدة مع ما بين الاتجاهين من تناقض معروف .

وتلعب العلاقات العامة وأجهزة الإعلام دوراً في التجارة الخارجية، وفتح الأسواق. فهي تساعد المصدرين على توسيع أسواقهم خارج البلاد وتحافظ على منافع علاقات العمل. وتتنافس الشركات فيما بينها لإقامة أسواق عبر البحار. وتبذل كل منها جهدا كبيرا من أجل الإمداد بالسلع بسعر مناسب، وتستطيع العلاقات العامة وأجهزة الإعلام أن تلعب دوراً هاما في هذا المجال. فهي تحمي سمعة السلع والخدمات، وكذلك سمعة الشركة أو المصنع. ونظراً لتلك الأهمية ، فقد أخذت الحكومة البريطانية على عاتقها مسئولية الإعلام عن الصناعة الإنجليزية عبر البحار [2] .

ولا شك أن الحالة الاقتصادية للفرد تؤثر في اتجاهات ه النفسية وتصوراته في العالم من حوله ، فنوع العمل وظروفه ، ومبلغ الأجر الذي يتقاضاه العامل ، وما يشعر به

---

1 – Bortrand R. Canfied & H. Frazier Moore, op. cit p.p. 11 – 12 .

2 – Sam Black. op. cit. p. 163 .

من أمن وطمأنينة على مستقبله تؤثر تأثيرا مباشرا على اتجاهات العامل وأدائه ، وقل نفس الشيء بالنسب للموظف والمزارع والمصانع وغيرهم .

النظم السياسية والعلاقات العامة :

التعريف بالنظم السياسية :

النظم السياسية هي مجموعة معايير اجتماعية ضرورية لاستمرار وتنظيم المجتمع ، تتعلق بظاهرة السلطة ، تتمثل في طبيعة وشكل العلاقات بين الطبقة الحاكمة والطبقة أو الطبقات المحكومة ، وذلك بتفصيل ما لكل منها وما عليها من حقوق وواجبات ، وهي تعمل على توفير العدل والأمن والحماية لأفراد المجتمع .

ويتم اختيار الحكام في المجتمعات عموما بإحدى الطريقتين :

أ - **الطريقة الأولى :** يتم فيها اختيار الحكام بواسطة المحكومين ، وقد تعارف الناس على تسمية هذه الطريقة بالطريقة الديموقراطية .

ب - **الطريقة الثانية :** وفيها يتدخل المحكومون في اختيار حكامهم ، ويطلق علهيا الطريقة الاوتوقراطية (المطلقة) .

وتتسم الأوتوقراطية باغتصاب السلطة، وتتم عن طريق الغزو أو الوراثة أو التجديد الذاتي أو الإنقلاب العسكري. أما الديموقراطية فتأخذ بمبدأ الاقتراع العام ، وقيام الاحزاب السياسية المنظمة .

ومن زاوية الهيئات الحاكمة ، فإن هناك ثلاث أنواع رئيسية من النظم السياسية ، نظام السلطة الفردي ، وتكون الحكومة فيه فرد واحد ملك أو دكتاتور أو إمبراطور أو رئيس أو وصي. أما نظام الحكم الثنائي فتكون الحكومة فيه لشخصين يتعاونان معا في تسيير أمور البلاد وإصدار القرارات معا ، وقد طبق هذا النظام في الفترة الواقعة بين يونيو ونوفمبر عام 1943 عندما كان الجنرال ديجول والجنرال جير يعملان معا على رأس لجنة التحرير الوطني الفرنسي. وفي نظام الحكم الجماعي تتألف الحكومة من جماعة صغيرة من الأفراد تتسم بالمساواة بين أعضائها وبالطابع الجمعي . وفي نظام الحكم المزدوج ترى مزيجا بين نظام السلطة الجماعية والحكومة الرئاسية ، ففضلاً عن

وجود رئيس الدولة يوجد هيئة ذات طابع جماعي وهي هيئة الوزارة . وفي مجال المجالس النيابية فإنها تأخذ أشكالا متعددة، فمنها ما يكون رأية استشاريا، ومنها ما يكون رأيه ملزماً، ومنها ما يتكون من مجلس واحد ومنها ما يتكون من مجلسين .

وعلينا أن نميز بين سلطات الحكومة الثلاث في المجتمعات المتمدينة، وهي التشريعية والتنفيذية والقضائية، ووظيفة السلطة الأولى وضع القواعد والقوانين العامة التي يخضع لها جميع المواطنين ، وتقوم السلطة التنفيذية بتطبيق تلك القواعد والقوانين . أما السلطة القضائية فهي تختص بالفصل في المنازعات التي يثيرها تفسير تلك القواعد أو توقيع الجزاء على ما يرتكبه الإنسان من مخالفات .

النظم السياسية والعلاقات العامة :

إن علاقة الحكومة بالجمهور ليست بالعلاقة البسيطة ، وإنما هي علاقات متشعبة ومتداخلة ، وفي ظل الخدمات الضخمة التي تؤديها الحكومة لا يفهم المواطن العادي مهمة الحكومة على حقيقتها فهي تقوم بضبط الأعمال الحكومية ، وفرض الضرائب ، والتشريع، ونقد الأعمال . وكلما زادت اعباءها ومسئولياتها تجاه المجتمع كلما زادت الحاجة إلى توسع خدمات العلاقات العامة مما يساعد على وجود خطوط اتصال بين المكاتب الحكومية والموظفين ، وبين الحكومة وفئات الشعب .

ومن ثم ظهرت الحاجة إلى تعريف موظفي الحكومة بمسئولياتهم تجاه أفراد المجتمع الذي يعيشون فيه، وإلى تعريف الجمهور بمسئوليتة تجاه موظفي الدولة حتى يتسنى لهم أداء مهمتهم على أكمل وجه . وموظف الحكومة إنما هو بشر قبل كل شيء آخر، وباعتباره كذلك فهو عينة ممثلة للمجتمع الذي يعيش فيه، وهو يمثل المجتمع بما فيه من قوة أو ضعف، خيراً أو شراً ، حماس أو تراخ ، دأب أو تواكل ، كفاية أو نقص وهكذا. والعمل الحكومي الذي يتصل مباشرة بمصالح الجمهور يتعلق مصيره عادة بالموظف العادي البسيط الذي يؤدي الخدمة العامة فعلا . وعلى هذا الأساس فطالما أننا لا نستطيع أن نتنبأ دائما بسلوك صغار الموظفين – لارتباط هذا السلوك بعوامل

حضارية واجتماعية – فإنه لا يمكن أن نضمن خلو الإدارة الحكومية من الاضطرابات والإهمال وسوء الإدارة .

وتتجلى العلاقة بين الحكومة وفئات الشعب في أن كل وزير مسئول عن العلاقة العامة، داخل وزارته . فوزارة الداخلية مسئولة عن الأمن والنظام ولها علاقتها بالعمد والمشايخ ، ورجال الشركة الذين يمثلونها في شتى الأقاليم . ولهذه الوزارة أنظمتها الحديثة، ولوائحها المعقدة ، وتراخيصها التي تمنحها لحملة الأسلحة وسائق السيارات وغيرهم . ولا شك أن أعمال رجال المرور ، وشرطة النجدة ، ومكافحة المخدرات ، ومصلحة الجوازات، وغيرها تتطلب من يفسرها ويشرحها للناس، كما تتطلب معرفة رأي الناس فيها . وهذه المهمة لا بد وأن تستند إلى خبراء العلاقات العامة .

وينطبق نفس الشيء على وزارة التجارة ، وعلاقاتها الكثيرة بالتجار ، والشركات والمؤسسات، ووزارة الزراعة التي تشرف على شئون الفلاحين وثروة البلاد الزراعية وكذلك كوزارة الدفاع التي تشرف على مئات الألوف من الجنود والضباط فتهتم بصحتهم الجسمية والعقلية ومستوى ثقافتهم فتسهر على راحتهم لانهم حماة الوطن ، وتتدخل الحكومة في شئون التموين لحماية الشعب من المستغلين الاحتكاريين ، وهي لا بد أن تحسن علاقاتها بكل من المنتج والمستهلك على السواء، وهذه عملية حساسة تحتاج إلى دراية واسعة وخبرة دقيقة [1] .

وعموما فأي حكومة في العالم لديها وسائل الإعلام الكبيرة كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما وغيرها مما يمكّن من التعرف على أخبار الحكومة وآراء الشعب على السواء . بل إن بعض الحكومات تضم وزارة الإعلام أو وزارة تعاون في شئون الاتصال ، وذلك لما لوسائل الإعلام من أثر في التحول السياسي ، فقد استطاع لينين أن يقيم النظام الشيوعي بفضل الدعاية ، كما يرجع الفضل إليها أيضا في انتصارات هتلر منذ استولى على السلطة حتى غزو أوربا عام 1940 . وحتى بعد الحرب ، لم تتوقف الدعاية السياسية ، فقد عملت على تحويل الصين إلى الشيوعية، وأخذت

---

1 – د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . ص 121 .

محطات الإذاعة، والصحف، والأفلام ، والكتيبات، والخطب، وإعلانات الحائط تضارب فكرة بفكرة، لتخاطب الرجال. بل إن أعظم القصص دلالة في عصرنا الحاضر، قصة الأسرى اليابانيين العائدين من الاتحاد السوفيتي عام 1940، وقد تحولوا إلى الشيوعية بعد أن أقاموا في معسكرات التربية السياسية، كذلك قصة الأسرى الأمريكيين الذين تحولوا إلى الشيوعية في المعسكرات السياسية خلال الحرب الكورية

وتحتاج سنوات الحرب، وحتى الباردة إلى تدعيم برامج وخطط العلاقات العامة في الحكومة. وإذا نظرنا إلى عدد العاملين في ميدان العلاقات العامة في هذه السنوات فسنجده في تزايد مستمر ويرتبط بالظروف والأحداث العامة مثل حالة الحرب أو التهديد بالحرب . وكان ظهور الديمقراطية هو البداية الحقيقية لتصور العلاقات العامة ففي ظل النظام الديمقراطي يتمتع كل فرد بحق مناقشة الاتجاهات السياسية والأعمال المختلفة لأية مؤسسة ، وقد يتطور الخلاف في بعض الأحيان إلى فتنة وشقاق .

وتعني الديمقراطية الحديثة وجود خطوط اتصال واضحة لتبادل المعلومات والآراء والفكر بين الحكومة من ناحية والمواطنين من ناحية أخرى، حتى أنه ظهر في السنوات الأخيرة محاولات من قبل بعض الحكومات خاصة بإنشاء مركز للمعلومات والخدمات يتلخص دوره في إعداد الرأي العام بالمعلومات المطلوبة التي يحتاج إليها ، وكذلك الرد على استفسارات المواطنين فيما يتعلق بنشاط الحكومة والبرامج التي تعدها . كما يرد هذا المركز على بعض الاستفسارات التي تأتي من الوزارات المختلفة أو المجالس النيابية ، كما يعد البرامج والنشرات لإذاعتها بطرق الإعلام المختلفة [1] .

وتعتبر العلاقات العامة ضرورية لتنظيم نشاط الأحزاب السياسية وتحسين برامجها وأعمالها ، كما يعتمد الشعب على الإعلام في التعبير عن مطالبه من خلال الأحزاب السياسية والقوى الضاغطة ، والنقابات والجمعيات ويكون رد الفعل لهذا كله هو المطالبة بالتغيير. وترتبط العلاقات العامة بالسلطات المحلية . ففي داخل المناطق المحلية،

---

1 – انظر : محمد سعيد عبد الفتاح . الإدارة العامة . ص 27 .

قد تطفح المجاري، وتعيش فيها الفئران، وتكثر الأسوار والجدران التي يستلزم هدمها، وتزداد مشاكل المستشفيات، ومثل هذه الأمور تحتاج إلى العلاقات العامة التي تقوم بشرحها وتفسيرها للمواطنين [1] .

وللعلاقات العامة بالمؤسسة الاقتصادية مع الأجهزة الحكومية أهميةخاصة لأنه لا يمكن لأية مؤسسةأن تشق طريقها بنجاح بدون مراعاة علاقاتها بالأجهزة الحكومية التي تضم السلطات التشريعية والتنفيذية معاً في هذا المجال، ولهذا تحرص جميع المؤسسات على تكوين لجان مشتركةيضم إليها ممثلوا الحكومة لمواجهة أزمات التعاون والثقة. والحكومة في يدها تنفيذ القوانين وتعديلها. فمثلا قوانين الضرائب والجمارك تؤثر تأثيرا واضحا في النشاط الاقتصادي. وتشريعات العمل تحدد العلاقات الصناعية بين العاملين ومؤسساتهم ، وبجانب ذلك تقوم كثير من الحكومات بحماية الصناعات الجديدة الناشئة .

ولهذا تعتمد معظم المؤسسات الصناعية الكبرى في الخارج إلى إنشاء مكتب خاص للعلاقات العامة في العاصمة في الحالات التي تكون فيها إدارة المؤسسة في ولاية أو مقاطعة أخرى غير العاصمة ليكون على مقربة من الدواوين الحكومية والبرلمان ، وعموما تتجه خطط العلاقات العامة إلى الحكومة بوصفها من عملاء المؤسسة في المقام الأول لأنها تشتري السلع والمنتجات تماما كالأفراد .

النظم التربوية والعلاقات العامة :

التعريف النظم التربوية :

تعرف التربية بأنها النظام المتعلق بنقل النماذج الثقافية – أي عمليات التعلم والتعليم بين أفراد المجتمع ، والتي تمكن الإنسان من مواجهة الحياة الاجتماعية ، وأن يكون الإنسان الخلاق عن طريق الإنماء والتوجيه . إنها الوسيلة التي يمكن بها إعداد الأفراد لكي يكونوا أعضاء نافعين في المجتمع عن طريق إبراز شخصية الطفل وإنماء

---

1 - **James B. lemert, Does Mass Communication Change Public Opinion After all, A New Approach to Effects Analysis. p. 213 .**

مداركه وعقله وبدنه ، وإعداده ليكون قادراً على التفكير والعمل وتحمل المسئولية . وتختلف النظم التربوية من زمان إلى زمان ، ومن مكان إلى مكان . فقد كان النظام التربوي في أثينا يقوم على أساس تربية الأطفال ليكونوا رجالا عسكريين يتحمسون للحرب ويولعون بالانتصارات الحربية . وفي العصور الوسطى كان النظام التربوي يقوم على أساس تكوين رجال يكرسون حياهم لنصر الدين المسيحي . وفي عصر النهضة قامت التربية على الأمور الدنيوية ، واتجهت وجه أدبية فنية قوامها إحياء الحضارة الإغريقية والرومانية القديمة .

وفي الوقت الحالي نجد أن النظام التربوي يتجه في الولايات المتحدة الأمريكية على أساس إعداد الفرد ليكون رجل نشاط وعمل business Man . ولا يهتم الأمريكيون بالملكات العقلية إلا بالقدر الذي يسمح للمرء بتوجيه دفة الأعمال توجيها ناجحا. أما في إنجلترا فتتجه التربية نحون إعداد ما يسمونه "الجنتلمان" ، وأهم صفاته الاعتداد بالنفس، وتقدير الواجب داخل نطاق النظام، والتمسك ببعض التقاليد، حب الرياضة، أما النظام التربوي في فرنسا فيهدف إلى تقوية الملكات العقلية خاصة التفكير المنطقي . والقدرة على سرد الأفكار بوضوح، وفي روسيا تجد أن التربية تهدف إلى خلق الفرد المؤمن بالمبادئ الاشتراكية .

النظم التربوية والعلاقات العامة :

ترتبط التربية بالعلاقات العامة ارتباطاً وثيقاً ، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور تثقيفي وتربوي وتعليمي وتهذيبي، والإحاطة بالمعلومات التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجداهم الجماعي، فترفع من مستواهم ، وهي تحمي التراث الثقافي في الأمة، وتنقله من جيل إلى جيل ، فقد احلت وسائل الإعلام مكان الوالدين والمدرسين في نقل العلم والمعرفة إلى الأفراد ، فأصبح معظم التعليم يتم خارج الفصل الدراسي ، وأصبحت الكمية الهائلة من المعلومات التي تنقلها للصحف والمجلات والأفلام والإذاعة والتليفزيون في أيامنا هذه تفوق بكثير كمية المعلومات التي ينقلها مدرس الفصل ، فلقد أصبحت وسيلة من وسائل محو الأمية، ووسيلة من وسائل تعليم اللغات

ويتضاءل دور الصحف فى محو الأمية وفي تعليم اللغات إذا قيس بدور الإذاعة (راديو وتليفزيون) . فإذا أضفنا إلى ذلك البرامج التعليمية أصبحنا أمام حقيقة هامة هي أن وسائل الإعلام تقوم بدور تعليمي مباشر.

هذا ولا يمكن لخبير العلاقات العامة أن يتغاضى عن النشاط المدرسي . وما يقوم به الطلبة من زيارات ورحلات . وما يشاهدونه من أفلام وما يسمعونه من إذاعات ، وما يقرأونه من كتب وصحف ومجلات ونشرات .

وتعد كثير من الشركات الصناعية صوراً متحركة وأفلاماً تعليمية توزع على المدارس والجامعات . كما تقوم الهيئات التجارية والمهنية بإعداد أفلام عن وظيفة الصناعة وتعرضها على طلاب المدارس والجامعات ، ويتمثل ذلك في قيام الشركات بعرض أفلام تصور كيفية تكرير البترول ، وكيفية إنتاج الحديد والصلب. ومتى وكيف اكتشفت العقاقير ؟

وتلعب الافلام دوراً تعليميا هاماً ، سواء في مجال التدريب أو البحوث . وقبل إخراج الفيلم يستلزم أن يضع خبير العلاقات العامة في اعتباره النقاط الثلاث الآتية:

1- ما هو موضوع الفيلم .

2- نوع المشاهدين الذين سيعرض عليهم الفيلم .

3- تكاليف الفيلم وتوزيعه ، وهل يمكن أن تصرف هذه الأموال إلى وسائل اتصال أخرى بتكاليف أقل ، وبطريقة أكثر حسناً .

وقد تبدي أهمية العلاقات العامة في النشاط الطلابي خلال عام 1960 ، وعقب تدخل أمريكا في فيتنام حيث قام الطلاب بالمظاهرات، ومعارضةهذه الحرب، وحطموا مباني الجامعة، فقامت الصحف والمحطات الإذاعية بتدعيم الثقة والاحترام بين إدارات الجامعات والطلاب. وصوّت المشرعون على رفع ميزانية الجامعات والمدارس .

هذا ولا تخلو أي مدرسة من وسائل اتصال سواء أكانت من أسفل إلى أعلى أو بالعكس. فناظر المدرسة يبعث بخطاب إلى أحد المدرسين أو إلى ولي أمر طالب من الطلاب حول موضوع ما ، كما أنه يتناقش مع المدرسين في كثير من الموضوعات التي تهم الصالح العام .

ويؤثر التعليم على نوع البرنامج الإذاعي . فقليلوا الحظ من التعليم يميلون إلى الاطلاع على النكت ، والصور المسلية الخفيفة ، وهم يفضلون أيضاً الأخبار المثيرة، وخاصة الجريمة، بينما يميل المتعلمون إلى الأخبار والموضوعات والأفلام الجادة، ويلاحظ أن مستوى التعليم وطبيعة الحضارة تؤثر في نوع المستمعين وعددهم .

ففي الدول الأوربية مثلاً يزيد عدد مستمعات الإذاعة عن المستمعين ، بينمافي مصر والدول العربية يقل عدد قارئات الصحف ومستمعات الإذاعة ومشاهدات الأفلام من القراء والمستمعين والمشاهدين . ولا شك أن مرجع ذلك إلى أن تحرير المرأة في الشرق العربي منحها فرصة التعليم ، لم يتم إلا مؤخراً على أن قراءة الصحف الجادة حتى في الغرب أكثرهم من الرجال . أما قراءة المجلات ومستمعي الإذاعة فنسب النساء بينهم مرتفعه [1] .

وفضلاً عن ذلك فإن الإعلام والتعليم من دعامات التخطيط للتنمية الاقتصادية وبخاصة في البلدان النامية ، إذ هما استثمار ذو عائد كبير بالنسبة للفرد وبالنسبة للمجتمع على السواء.

فهما دعامات ضبط وتوجيه لسلوك وقيم الأفراد والجماعات بحيث يكون السلوك اقتصاديا ومساعداً على التنمية الاقتصادية. وأن تكون القيم قيما اقتصادية تثري العمل الاقتصادي وتشجعه وتساعد عليه [2].

---

1 – د. إبراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ص ص 236 ، 237 .

2 – د. أحمد النكلاوي . المدخل السيولوجي للإعلام . ص 79 .

النظم الترفيهية والعلاقات العامة :

النظم الترويحية :

يحتاج النشاط الترويحي كما يحتاج غيره من أنواع الأنشطة الإنسانية إلى تنظيم وتوجيه، فمثلا في مصر ، ومع أننا حددنا ساعات العمل للعامل على أساس أن يعطي قسطا من الراحة يستغله في تحسين مستواه العقلي والاجتماعي ، ولكنه استغل هذا الوقت في تعاطي المكيفات والمخدرات، والجلوس على المقاهي، ولعب الميسر ، وبعثرة المال فيما يفسد الحياة والصحة .

والنشاط الترويحي له وظائف أساسيه في حياة الإنسان، أهمها الإعداد للحياة المستقبلة جسميا ونفسيا وتحقيق التوازن بين قواه المختلفة، والتنفيس عن بعض الغرائز.

ومن الأنظمة الترويحية ما يهدف إلى تنظيم أوقات الفراغ والاستفادة منها في النهوض بالشباب من النواحي الجسمية والعقلية والرياضية . ومنها ما يهدف إلى إيقاظ الوعي الاجتماعي وتنشيطه، فالفرد عن طريق ممارسته لهذا النشاط يشعر بالحاجة إلى التعاون مع الغير، ويتعود الخضوع للقانون ، وطاعة الرؤساء ، وإيثار المصلحة العامة ، والتضحية في سبيل الجماعة التي ينتمي إليها ، والمنافسة البريئة ، واحتمال الهزيمة . والرحمة بالمظلوم . ومن النظم الترويحية ما يهدف إلى إيقاظ الوعي القومي عن طريق ترديد الأغاني والأناشيد الجماعية الوطنية والقومية .

الترفيه والعلاقات العامة :

كان الترفيه فيما مضى يسمى التسلية والامتاع ، وكان أمثلته الشائعة الطرائف والنوادر. ثم أصبحت الآن في عصر التليفزيون الملون ، وعصر وسائل الإعلام التي تعتمد في بقائها على الإعلانات حجر الزاوية في كثير من الوسائل ، والسعي لاستغلال الترفيه في الأهداف التي يسعى خبراء الإعلام إلى تحقيقها . ولكل مجتمع طريقته في الترفيه والتسلية، ولكل ظرف من ظروف الزمان والتحضر المستوى المناسب له من مستويات الترفيه والتسلية (فالأراجوز) و (شاعر الربابة) و (صندوق

الدنيا) حل محلهم الروايات الفكاهية والمسلسلات التليفزيونية وعروض السيرك والحفلات الرياضية والرقص الشعبي وما شابه ذلك[1] .

المعايير الاجتماعية والعلاقات العامة :

المعايير الاجتماعية :

يكتسب الإنسان خلال معيشته في بيئته الاجتماعية كثيرا من التصورات والأفكار التي تزوده بها ثقافة المجتمع . وتعمل المعايير الاجتماعية على إقامة نسق من التبريرات والتعقلات للظروف الراهنة الموجودة فعلا ، وتوجيه الأفعال ، ويقاس على أساسها سلوك الأفراد والجماعة ، وهي تتكون من العادات والعرف والقيم الاجتماعية والرقابة الاجتماعية .

العادات :

إن العادات Habits هي قاعدة أو معيار للسلوك الجمعي أصبح شائعاً بفضل التكرار المستمر للسلوك الفردي على نحو شبه آلي يصل إليه الفرد بعد تعليم وتدريب . وإلى هذا الطابع الشبه آلي يعزي الشعور بعدم الارتياح الذي نحس به عندما نسلك سلوكا خارج عن تلك العادات . وتتطور تلك العادة لتصبح عادة اجتماعية أو سلوكا جمعياً .

وقد تتطور تلك العادات إلى أن تصبح قانونا تنفذه السلطة . هذا وتعتبر العادات إحدى مصادر القانون ، فمثلا تعتبر العادات أحد مصادر القانون الإنجليزي. كما أن العادة هي التي مهدت لظهور بعض القوانين التجارية مثل مهلة الثلاث أيام لسداد الحساب المطلوب، أو إدخال التسعيرة في القانون. كما أن العادة الجمعية في الولايات المتحدة الأمريكية الخاصة بالتفرقة بين البيض والسود في الحقوق السياسية أدت إلى إلغاء بعض أحكام الدستور – وقد يخلق القانون عادات جمعية مثل القوانين التي تنظم ساعات العمل أو تفرض الشروط الصحية .

---

1 – محمد سيد فهمي . المرجع السابق . ص 267 .

وتختلف العادات عن التقاليد في أن الأخيرة تعني انتقال العادات من جيل إلى جيل، كما أن العادات تتعلق بالسلوك الخاص. أما التقاليد فتتعلق بسلوك المجتمع بكليته ، فالاحتفال بعيد الميلاد والزواج يعتبر عادة ، أما الاحتفال بميلاد نبي أو زعيم فيعتبر تقليداً .

العرف :

ينحصر نطاق العرف في طبقات أو مجموعات معينة داخل المجتمع ، وهو يرتبط بطرائق السلوك ، ولا يكاد يمس الحاجات الأساسية للحياة بنفس العمق الذي تمسها به الأخلاق أو القواعد التشريعية ، ويقوم الرأي الشائع لا السلطة التشريعية بحماية العرف .

القيم :

القيم هي صفات إنسانية يفضلها الناس ويرغبون فيها . وهي تشمل كل الموضوعات والظروف والمبادئ التي أصبحت ذات معنى خلال تجربة الإنسان الطويلة كالشجاعة والقوة والاحتمال والإيثار والمهارة النفسية وضبط النفس . والقيم ليست هذه الصفات المجردة فحسب، بل هي كذلك أنماط السلوك التي تعبر عن هذه القيم وتحقق الوحدة للمجتمع، لأنها تعمل على إقامة نقط تلتقي عندها التصرفات والأفعال. ولذلك كان من يتمسكون بالقيم يحصلون على مراكز مرموقة في مجتمعهم.

القانون :

القانون هو مجموعة قواعد اجتماعية تنظم العلاقة بين الأفراد وتعترف بها محاكم الدولة ، وتشرحها وتطبقها. وهذه القواعد ملزمة للأفراد ، ومن يخرج عليها يلقى العقاب على يد الدولة بجزاء محددة قواعده من قبل . وهنا يظهر التمايز بين القواعد الأخلاقية والقواعد القانونية. فمن يخرج على الأولى يلقى العقاب والسخرية والإحتقار من أفراد المجتمع ودون سلطة رسمية جانب الدولة أما من يخرج على القانون فعقابه محدداً تحديداً دقيقاً وتقوم به الدولة . والقانون لا يعاقب على النية إلا

بقدر ما يصدر عن الشخص من افعال. أما الأخلاق فيعاقب عليها . ويعلو القانون فوق العادات ، إذ يمكن أن تلغيها المحاكم، بل وتعاقب من يقوم ببعضها .

السلطة :

تتطلب حياة المجتمع توفير أسباب الحماية وضمانات الاستقرار والاستمرار . ولذلك كان لابد من وجود تنظيم اجتماعي لإصدار القرارات والقوانين وما يتصل بها من إجراءات ويطلق على هذا التنظيم اسم "السلطة" أما ممارسة هذه السلطة وتحقيق آثارها في المجتمع فنطلق عليه اسم "الضبط" وفي ضوء هذا فالسلطة هي الحق المقرر لجماعة من الناس في وضع قرارات ملزمة فيما يتصل بجوانب الحياة الاجتماعية

المعايير الاجتماعية والعلاقات العامة :

تشتق العلاقات العامة ووسائل الاتصال الأحداث والمواقف من البيئة الاجتماعية والثقافية بما فيها من اتجاهات وعادات وقيم وتقاليد ، ولا يمكن أن يكتب لبرنامج العلاقات العامة النجاح ما لم يكن انعكاسا صادقا لهذه الاتجاهات .

فلكل إنسان عاداته الإتصالية التي تمكنه من تحقيق أهدافه . فهناك من يفضل الصحافة على الإذاعة كمرجع يسترجع الأخبار والمعلومات ، وهناك فريق آخر يفضل التليفزيون ، وثمة فريق ثالث يفضل الكتاب .

وتؤثر العادات المكتسبة أيضا على اتجاهات الفرد وطرق تكوين الرأي فالشخص الذي تعود على النقد اللاذع والتوبيخ المر ، والذي يعامل زوجته معاملة فظة ، فلا ينفكك يعاقبها ويخاطبها بشراسة ، وقد لا يستطيع أن يقلع من هذه العادة ، فهو يحملها في نفسه أينما ذهب ، ويعامل رئيسه وزملاءه بنفس الروح المشاكسة المعاندة. ولا شك أن ذلك يؤثر على اتجاهاته في ظروف أخرى ، وتكون آراؤه أيضا متأثرة بهذه الاتجاهات في شتى المواقف والمناسبات .

وتسهم العلاقات العامة ووسائل الإعلام في ترسيخ القيم في المجتمع ومن ثم فلا بد أن تلتزم بها المنشأة ، وأفراد العلاقات العامة ، ووسائل الاتصال ، وذلك بأن تحذو المثل العليا وتراعي القيم الأخلاقية الفاضلة بين العاملين ، وتوجد نوعا من الصداقة

والود بين الرؤساء والمرؤوسين ، وتقضي على المحاباة ما أمكنها ذلك مما يساعد على إشاعة الطمأنينة بين الأفراد وبذلهم قصارى جهدهم في خدمة المنشأة ، ويوفر الثقة ، فقيمة ثقة الجمهور في مصادر الإعلام تلعب دورا هاما . فهي الأساس الذي يبني عليه المستقبل تصديقه للرسالة الإعلامية أو عدم تصديقه. وغني عن البيان أن الثقة المطلقة ليست هي المعيار ، ولكن المعيار الحقيقي هي ما يتصوره المستقبل نفسه بصرف النظر عن الواقع فقد تثق سيدة ريفيه في القابلة ولا تثق في الطبيب ، وقد تثق في عرّاف أو دجال وتنأى عن الأخصائي الاجتماعي ، وقد تصدق كل ما يقوله لها زوجها ، ولا تصدق ما تسمعه من الإذاعة .

وعلى العلاقات العامة ووسائل الإعلام أن تلتزم بالمعايير الأخلاقية في الكلمة والفعل. والمقصود بذلك باتباع الأساليب القائمة على أخلاق إعلامية معينة من شأنها تهذيب الشعب وإضفاء نوع من الثقة والمهابة على قادته من خلال تصديقهم لعباراتهم ودعوتهم ، وكثير من المعلومات حتى لو كانت صحيحة وسليمة ، ولكنها لا تتمشى مع القيم والتقاليد السائدة في المجتمع وسوف يكون نصيبها الصد وعدم التقبل .

ومن خلال هذا المجهود يؤكد الإعلاميون والثقافيون مجموعة من المعايير والقيم الأخلاقية، منها أن الحب هو مفتاح النصر ، ويكفي المرء أن يحب لكي يقهر كل شيء، ومنها أن العمل المتواصل لا بد أن يؤدي إلى النجاح مهما كانت الظروف ، وأن الفضيلة تستحق الثواب، والرذيلة تؤدي إلى العقاب ، والشخصية الفاضلة تلقي بعض العقابات، ولكنها تنتصر في نهاية الامر، والشرير لابد أن يلقي جزاءه مهما ساعده الحظ لبعض الوقت. هذا فضلا عن قيم الثقة بالنفس ، والثقة بالجماعة ، والثقة بالدين ، والاعتقاد في الثواب والعقاب ، ويرمز لها بالجنة والنار.

ولا ننسى أن الأغاني بما فيها من وصف للجمال، وتمجيد للشجاعة، وإشاعة الحب، تمثل جانبا من جانب التأثير في الجماهير عن طريق ترديد هذه القيم الجاهزة عن الحب والعمل والثقة وغيرها .

وتؤمن العلاقات العامة بقيمة الإنسان الذاتية وكرامة الفرد . وهذا المفهوم يحدد المفهوم الذي يستند إليه أخصائي العلاقات العامة والمؤسسة التي يمثلها بين جماهيرها ، ويحدد الإيمان بهذه القيمة دور الاخصائي في توفير الفرص لنمو أفراد المجتمع للمشاركة والإحساس بالانتماء حيث يشعر كل فرد بأنه جزء فعال في حياة المجتمع ، والاعتراف أن الجماهير ورأيها يستحق التقدير والاحترام ، ولدى الجماهير القدرة على أن تسهم بالتفكير والملاحظات وتقديم المقترحات المقيدة .

ولقد وجد الدكتور / إبراهيم إمام من دراسة لمضمون الإتصال الجماهيري في مجتمعنا أن المثقفين والإعلاميين يميلون إلى تفضيل البساطة ، ويتخذون من حياة الريف مثلا لذلك ، وبعضهم يحن إلى الأيام الخوالي باعتبارها تنطوي على البساطة ، والبعض الآخر يبشر بمستقبل زاهر ، ويؤكد أن الخير كل الخير في العمل المتواصل ، والإنتاج لتحقيق أهداف المجتمع الناهض . ووجد الدكتور إمام أن هناك ايضا نزعة أخرى إلى التقليل من قيمة المال ، والتهوين من الثروة ، باعتبار أن الصحة والسعادة والبساطة أهم ما في هذه الدنيا وأثمن ما فيها وجد تأكيداً للقيم الدينية في العلاقات الاجتماعية. ثم يأتي موضوع النضال والجهاد والمقاومة الشعبية وإلهاب مشاعر الجماهير يأخذ سبيله إلى شتى الموضوعات الإعلامية والثقافية خاصة بعد نكسة 5 يونيو 1967 [1] .

وتسهم العلاقات العامة في تنمية قيمة الوعي الصحي ، وتقديم الخدمات الصحية بطريق مباشر أو غير مباشر عن طريق الاشتراك في التبرعات لإنشاء دور العلاج . ففي ألمانيا تبرع أحد رجال الأعمال ، وهو فردريك باير صاحب مؤسسة Bayer Leverkusen وهي من أضخم المؤسسات في ألمانيا الغربية – بمبلغ مليون مارك للإسهام في بناء مستشفى بلدية ليفر كوسن وهي من أحدث المستشفيات التي تمنح خدماها الطبية للمواطنين دون مقابل . ومقابل ذلك قررت بلدية كيفر كوسن منح

---

1 – د. إبراهيم إمام. العلاقات العامة والمجتمع . ص ص 205 – 254 .

جميع العاملين في باير حق العلاج فيها دون مقابل ، حتى ولو لم يكونوا مقيمين في ليفر كوسن[1]. وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الذوق العام وتربيته عن طريق التعجيل بعمليات ذيوع البرامج الثقافية والفنون والقومية المتميزة . وجعل معظم مواردها مألوفة مما يؤثر في تربية الذوق وفي بناء الإحساس بالدولية التي تشد حاجة كثير من الدول النامية إليه .

ويهمل الناس عادة أية أفكار تتعارض مع مبادئهم وأفكارهم وقيمهم ونظريتهم إلى أنفسهم. وقد لوحظ أن الطلبة لايأنسون للأفكار والبيانات التي تصحح من أخطائهم، أو تعدل من أفكارهم ومبادئهم وقيمهم ويفضلون عليها الإلتفات إلى أفكار وقيم جديدة . كما وجد أيضا أن الجندي السوفيتي يميل إلى نسيان المعلومات التي تتعارض مع مبادئه وقيمه . فهو مثلا لايذكر أن بولندا قبل سنة **1939** كان بها مستوى من المعيشة لا بأس به لأن ذلك يتعارض بطبيعة الحال مع فكرته الراسخة عن الرأسمالية [2] .

العمليات الاجتماعية والعلاقات العامة :

العمليات الاجتماعية :

يتعدل سلوك كل فرد أويساهم في تعديل سلوك الآخرين ، وتطلق على مثل هذا التأثير المتبادل "التفاعل الاجتماعي" أوما نسمية "بالعمليات الاجتماعية" . وللعمليات الاجتماعية صور يطلق عليها علماء الاجتماع "العمليات الاجتماعية الاطرادية" . وهي التعاون والتنافس والصراع والتكيف والتوافق والتمثيل . والتي تعتبر صوراً من التفاعل الاجتماعي .

التعاون :

هو شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي ، يقوم به اثنان أو أكثر أو جماعتان أو أكثر بنشاط أو عمل واحد من أجل السعي إلى المصالح والأهداف المشتركة .

---

1 – د. حسن محمد علي . العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية . ص 255 .

2 – د. إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير . ص 95 .

التنافس :

هو عملية اجتماعية يحاول بواسطتها شخصان أو أكثر أو جماعتان أو أكثر الوصول إلى هدف معين أو أهداف معينة بحيث تصل إليها قبلها أو تحصل على أكبر نصيب من هذا الهدف أو تلك الأهداف .

الصرع :

والصراع عملية اجتماعية . وهو أقوى درجات التنافس وأشدها عنفا . به يهدف الفرد إلى الفوز مع إبادة أقرانه ، أوتهدف الجماعة إلى النجاح مع تدمير الجماعة الأخرى .

التوافق Accomodation :

تشير كلمة التوافق إلى الحلول السلمية أو صور الاتفاق التي يصل إليها الناس ليتخلصوا من الإرهاق والتوتر الذي يترتب على التنافس والصراع ويتخذ التوافق صوراً هي :-

ا - **المهادنة** : وهي اتفاق على إيقاف الصراع الدائم على الرغم من عدم حل المشكلات موضع الخلاف .

ب - **التوافق** : وهو إجراء معين يتنازل بمقتضاه أحد الطرفين عن بعض مطالبه إزاء موافقة الطرف الآخر على التنازل عن بعض مطالبه كذلك .

جـ - **التحكم** : عبارة عن قبول الطرفين المتنازعين حكم طرف ثالث في موضع الصراع .

د - **التسامح** : وهو أن تقرر الأطراف المتنازعة وقف الصراع دون محاولة من أي طرف للتغلب على نمط سلوك الجماعات الأخرى التي بدأت بالعدوان أو تعديله أو قبوله .

هـ - **التكيف** : أن التكيف الاجتماعي هو عملية الأخذ والرد بين الأفراد ، إنها التوفيق بينهم ، تقوم على التساهل والتحمل والتضحية ، وتتضمن تقويم المجتمع . به

يضحي الفرد بحريته ومصلحته في سبيل الصالح العام والهدف المشترك حتى لا يحدث تضارب بين الأفراد في الجماعة الواحدة أو بين الجماعات بعضها وبعض ، أو بين الإتجاهات القديمة والجديدة من نظم وقواعد وتقاليد وكل ما هو محظور أو مسموح به في الحياة الاجتماعية . هذا وعدم التكيف يؤدي إلى صراع.

و – **التقليد Imitation** : التقليد هو شكل من أشكال التكيف يقوم به الفرد خاصة في السنوات الأولى من عمره، حيث يسيطر الكبار والبيئة والتقاليد على الطفل، ومن ثم فالتقليد عملية تكيف سلبي. ويتمثل ذلك في تقليد التلميذ لصوت مدرسه ومهاراته .

ز – **التمثيل** : يشير مصطلح التمثيل إلى عملية التكيف المتبادل التي تحدث بين الجماعات المختلفة ثقافيا ، بحيث تقل تلك الاختلافات تدريجيا .

العمليات الاجتماعية والعلاقات العامة :

الاتصال هو حامل لواء العملية الاجتماعية، وهو الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ، ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم ، ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها . ويكفي أن ننظر إلى المجتمع الحديث بشركاته وهيئاته ومنظماته وحكوماته وجيوشه، لكي ندرك أن الاتصال هو الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك الأجزاء وتكاملها .

وتبدو أهمية وسائل الاتصال في أنها تساعد على تحقيق وتتبع قواعد التفاعل الاجتماعي. فعن طريقها يتبادر إلى أذهاننا أسئلة : تدور حول من يتحدث مع من وفي أي شيء يتحدث ؟ وأين ؟ وكيف؟ ونحن نقيم قواعد النجاح والفشل نطلق عليها اسم القوانين . وهي تتسم بالتعميم وثبات الصدق ، وتوجه توقعاتنا وتساعدنا على تقييم الآخرين . ويرفض المجتمع من يتعاملون مع هذه القواعد بعنف ، ويطلق عليهم مجرمين ، أو مرضى نفسانيين ، أو انفعاليين .

ودورنا هو أن نكتشف هذه القوانين، ونعرف الفائدة التي تعود علينا من معرفتها، وكيف نعاقب إذا لم نتبعها . ونحن نحتاج إلى أن نعرف الموضوع الذي نتحدث فيه ، وما لا يجب أن ننطق به ، ونحتاج كذلك إلى أن نعرف من هو الصديق ، ومن هو العدو ، ومن هو الشخص الذي ينبغي أن نتكلم معه ، ومن هو الشخص الذي يلزم تجنبه كما نحتاج إلى أن نعرف كيف نرتدي الملابس المناسبة ؟ وكيف نسأل الأسئلة ؟ وكيف نقول "أهلا" ، ومتى نقول "إلى اللقاء" في المواقف الاجتماعية المختلفة .

والاتصال الناجح هو الذي يتكيف مع متطلبات الموقف ، فهناك قواعد تستخدم في البيت، وأخرى تستخدم في أماكن العمل وهناك قواعد نستخدمها حيث نتحدث مع أبائنا. وأخرى نستخدمها مع أبنائنا . ويتوقف الاختيار الجيد لهذه القواعد على معرفة مع من نتحدث ؟ وكيف نتحدث ؟ حتى لا يحدث اضطراب .

والأتصال الجيد هو رادار داخلي يساعد على معرفة كيف يتكيف سلوكنا والمجتمع هو مجتمع موجه ، يتعلم الناس فيه كيف يتكيفون مع الجماعات الأخرى[1] .

ويقوم الاتصال بعملية التنشئة الاجتماعية . ومساعدة الفرد على التكيف، وإيجاد التوافق بينه وبين تحقيق ذاته في مختلف الميادين وذلك عن طريق تثبيت القيم والمباديء والاتجاهات والمحافظة عليها. حتى يبلغ أقصى ما يمكن أن يبلغه من النمو المتكامل . والتوجيه هو عملية تفاعل بين طرفين أحدهما الموجه . والآخر هو الفرد والعميل بما لديه من قدرات واستعدادات وبما يتوفر في البيئة من إمكانيات وفرص وكيفية الإفادة منها ، كل ذلك بهدف التوصل إلى أفضل الحلول الممكنة ، ومعاونة العميل على مساعدة نفسه باختيار الحل الذي يلائمه والاضطلاع بمسئولية تنفيذه .

وتحتاج برامج العلاقات العامة إلى تعاون بين المنتج والممول . أما عملية تصدير المنتجات عبر البحار فهي تحتاج من العلاقات العامة إلى تنظيم أكبر واستخدام المساعدين الفنيين وذلك بالتعاون مع الغرف التجارية . فهي أكثر نشاطا في هذا

---

1 – Gerald M. Phillips & Julia Wood, Relationships. the Study of Interpersonal Communication. P.p. 11 – 12 .

المضمار. والتنافس هو عملية اجتماعية تتجلى على وجه الخصوص في أمريكا ودول أوربا الغربية. ويقوم التنافس على الاتصال حيث يبدو فيما تقوم به إدارات العلاقات العامة فيما بينها من تنافس في ظل النسق الرأسمالي .

التغير الاجتماعي والعلاقات العامة :

التغير الاجتماعي والتخطيط :

يقصد بالتغير الاجتماعي الاختلافات التي تطرأ على أي ظاهرة من الظواهر الاجتماعية خلال فترة معينة من الزمن والتي يمكن ملاحظتها وتقديرها – أي التعديلات التي تحدث في أنماط الحياة الاجتماعية في مجتمع معين . فالمجتمع الإنساني بما يشمله من علاقات اجتماعية وما يتضمنه من طبيعة وبناء ونظم لا يبقي على حال واحد ثابت لا يتغير ، وإنما شأنه شأن الأفراد ومظاهر الطبيعة . فكما أن هذه الأخيرة في تغير دائم ومستمر ، كذلك المجتمع في حالة دائمة من الحركة والتعديل والتغيير .

والدليل على هذا التغير المستمر ، ذلك التمايز الكبير بين الملابس التي كان يلبسها أفراد المجتمع من المجتمعات في عصر مضى ، والملابس التي يلبسها أفراد المجتمع في الوقت الحالي والعادات والآراء الغربية التي كانت سائدة في مجتمع ما وتختلف اختلافا كبيراً عن عادات وآراء ذلك العصر الحالي ، والنظم السياسية والاقتصادية التي كانت سائدة في مجتمع ما ، ثم تغيرت إلى نظم سياسية واقتصادية من نوع آخر – كل هذا يدل على أن التغير الاجتماعي هو حقيقة واقعة فعلا في المجتمعات .

ولا يأخذ التغير صورة واحدة ، فقد يكون بطيئا هادئا يحدث تدريجيا ، وقد يكون سريعا مفاجئا ، ويسمى هذا الأخير بالثورة الاجتماعية . كذلك فهو نسبي في عمقه ، إذ قد لا يتأثر به إلا المظاهر السطحية للنسق الاجتماعي ، الصادر عن الأشخاص الذين يعيشون في المجتمع ، أو تكون تغيراً في المجتمع نفسه . أما التخطيط الاجتماعي، فهو وسيلة فنية وأداة إرادية توجهها الدولة وافراد المجتمع نحو تحقيق أهدافها بعد حصر الموارد والحاجات حسب الخطة الموضوعة مما يعمل على النهوض بالمجتمع .

التغير الاجتماعي والعلاقات العامة :

تبدو أهمية إدارة التغير في أن الإدارة تهتم أولا وقبل كل شيء بالنتائج التي تمكن من التنبؤ بالمستقبل الذي يمتد من بضع ساعات إلى سنوات طولة . ويستند المستقبل إلى التغير . كما يستند الى الحاضر ، ولا يمكن للحاضر أن يتغافل عن المستقبل .

ومع ذلك فإن إدارة التغير لا تستطيع أن تفرض التنبؤ بالمستقبل فالخمسون سنة الأخيرة تشير بوضوح إلى صعوبة التنبؤ بالمستقبل. ومن ثم لا تهتم إدارة التغير بالقرارات المستقبلية ، وإنما تهتم فقط بقرارات الحاضر التي تؤثر في المستقبل ، بالرغم من أن غالبية أشكال التغير تقع في المستقبل. وهكذا فإن ادارة التغير تتطلب التخطيط ، والعمل في الوقت الحاضر .

ولا تهتم إدارة التغير بنتائجه خلال الفترة التي يتم فيها ، وإنما تهتم بنتائج التغير التي تظهر خلال الفترة الكلية ، والتي يمكن أن نشعر به وندركه وليس هناك شك في أن فشل إدارة التغير تؤثر تأثيرا كبيراً على المستقبل ، وعلى التغيرات التي تقع ، ويستمر تأثير هذا الفشل لسنوات طويلة لجميع الأهداف العملية .

والتخطيط الجيد هو جزء هام من إدارة التغير ، فهو يضع في اعتباره التغيرات المرغوب فيها أو الضرورية ، ويشعر الفرد أن هذه التغيرات تجلب له فائدة كبيرة ، فهي تستخدم في تحليل المشاكل ، والموضوعات ، والبرامج ، والأعمال .

ويحدث التغير كذلك بسبب ردود الأفعال ، وبالتالي يؤدي الفعل إلى تغيرات، وأفعال متتالية ، مما يعمل على حدوث تغييرات أكثر بعداً . فتغير ثقافة المجتمع تؤدي إلى تغيرات في أنساقها السياسية والاقتصادية . وهذه بدورها تؤدي إلى تغيير الثقافة .

وتؤثر التغيرات الثقافية والاجتماعية والسياسية تأثيراً كبيراً في البيئة التي توجد وتعمل المنظمات فيها. وهكذا فإن هذه التغيرات تلقى اهتماما كبراً لدى إدارات العلاقات العامة. وكثيراً من الإدارات العليا لا تستطيع أن تدرك وتتفهم هذه التغيرات أو تدرك البيئة التي يعملون فيها إدراكاً واضحاً، أو تفهم حقيقة هذه

التغيرات ومحدداتها ، وما هي الاحتياجات التي تحتاج لها مما يصعب من عمل إدارات العلاقات العامة[1].

وغالبا ما يتبادر إلى أذهاننا سؤال مؤداه كيف يعرف الفرد التغير والحاجة إليه . وللإجابة على هذا السؤال بأنه ينبغي ملاحظة التغيرات التي تخرج عن التنظيم وإدراكها إدراكاً جيداً ويكتشف لك بتحليل تقارير الأحداث ومقالات الجرائد وفهم ما تتناول الكتب والمراجع التي قام بتأليفها قادة الفكر . فقد عرف بعض الكتاب منذ سنوات مضت قصور الطاقة في السنوات القادمة ، ولكن الحكومات ورجال الأعمال لم يضعوا في اعتبارهم ما يترتب على هذا القصور ، وفشل المخططون والمسئولون عن التغير في مواجهة هذا الموقف .

كذلك تدرك العديد من الشعوب تأثير زيادة السكان في العالم على الإمداد بالغذاء ، ومع ذلك لم تضع خطط لمواجهة هذا الموقف . ويكتشف التغير والحاجة إليه حين تعرف الصعوبات والمشاكل التي تواجهها المنظمات والهيئات الصناعية . وتحليل التغيرات التي تحدث وتظهر الاتجاهات المتعددة بصدور بحوث الرأي والتي يمكن أن تساعد على حل هذه الصعوبات والمشاكل .

وحينئذ تصبح المشكلة هي : ما هو العمل الذي يؤثر في توجيه التنظيم ليصدر قرارات مناسبة ؟ وما هي عناصر تكرير البترول حتى تدرك قصور الطاقة المحتمل حدوثه قبل أن تظهر أزمة .

ويقع على عاتق مديري إدارات العلاقات العامة مسئولية اكتشاف وإدراك وبحث التغيرات السسيولوجية والتغيرات الأخرى التي سوف تؤثر على التنظيم ، مما يساعد على صدور قرارات الإدارة التي يمكن أن تسير العمل على كافة المستويات [2] .

---

1 – Robert D Ross, op, cit. pp 204 – 205.

2 – Ibid., P.p. 232 – 733.

الطبقات الاجتماعية والعلاقات العامة :

الطبقات الاجتماعية :

يتداخل عدد من المعايير لقياس الطبقة الاجتماعية ، ذلك أنها تتضمن عددا من العناصر والمكونات أهمها التعليم ، والمهنة ، والدخل ، والاسكان ، ومنطقة الإقامة ، ومستوى المعيشة . وغالبا ما تتداخل هذه العناصر بعضها في بعض .

والمهنة عنصر هام في تكوين الطبقة ، ويقاس على أساسها تصنيف الطبقات. فقد قسمت الطبقات في ضوء المهنة إلى المتخصصين، والموظفين، والعمال المهرة ، والعمال نصف المهرة، والعمال غير المهرة [1] وفي إنجلترا يستخدم هذا المعيار لتحديد مكانة الطبقة ، وهو يشتمل على تدرج من أعلى لأسفل كما هو مبين:

الطبقة الأولى : التخصصيون .

الطبقة الثانية : الموظفون .

الطبقة الثالثة : العمال المهرة .

الطبقة الرابعة : العمال غير المهرة [2] .

وتعد الدخول والمكافآت عنصراً هاماً في تحديد مكانة الطبقة ، ذلك أن الدخول تتوزع توزيعاً غير عادل في المجتمعات ، فدخول بعض الناس وثرواهم أعلى من دخول وثروات البعض الآخر ويصاحب الثروة معيارين آخرين هما الهيبة والقوة ، فالغني يميل دائما إلى أن يكون أكثر قوة وهيبة واحتراما من الآخرين . ويطلق علماء الاجتماع على هذه الجماعة اسم "الصفوة". وعند قاع هذه الطبقات توجد طبقة الفقراء التي تفتقر إلى الثروة والاحترام والقوة. وقد درس علماء الاجتماع هذه الطبقات وأطلقوا عليها ما يسمى "بثقافة الفقر **Culture of Poverty**" وبين هاتين

---

1 – Staff of public Healthm public Health, part, 3 University of Alexandria, Faculty of Medicine, 1980 p, 8 .

2 – Abdel R. Omran, Community Medicine in Developing Countries, New York. Spsinger publishing. Company 1974.

الطبقتين يوجد عدد من الطبقات تختلف كل منها عن الأخرى في الثروة والاحترام والقوة .

ويختلف أسلوب الحياة المعيشية في كل طبقة عن الأخرى ، ولكل منها أنواع الطعام ، وأسلوب أكلها . كما أن كل طبقة تستغل وقت فراغها بطريقة تختلف عن الأخرى ، فأفراد الطبقة العليا – مثلا – يقتنون التليفزيون وهم يحبون قراءة المجلات الأدبية والقومية. ويذهبون إلى المعسكرات الصيفية ، ويحصلون على دروس في الموسيقى والرقص ويلتحقون بالنوادي .

أما أفراد الطبقة الثانية ، فهم محرومون من نشاطات الجماعات المنظمة، ويقضون أوقات فراغهم في تكامل في منطقة وحدة الجيرة ، وتقوم حياقم الاجتماعية على الزيارات غير الرسمية للجيران ، ويحلق أولادهم بالمدارس العامة . ويلعب أولادهم في الشوارع ، ومعدل الإنحراف بينهم مرتفع .

الطبقة الاجتماعية والعلاقات العامة :

نعرف أنه في الهيئات الرسمية تربط صلات الاتصال بين الأشخاص ذوي المراكز العالية والمنخفضة على حد سواء في حين أننا في المناطق السكنية خاصة في المساكن المتفرقة بعضها عن بعض، وفي الأحياء التي تكون فيها المساكن كل بمفرده (وهوما يميز المجتمع الحضري المصري) نجد أن اختلافات المكانة الاجتماعية تحد من الاتصالات، أو هي تشكل حدود الشبكات وهي بالضرورة شبكات طوعية وغير رسمية في خصائصها، والأسباب واضحة بقدر كاف ، فالإنفصال المادي يسير في خطوات الطبقية ويترسم خطى المكانة الاجتماعية واختلافات الدخل ، وهو نفس الاتجاه الذي تسير فيه العلاقات المبنية على القرابة والمصالح وأسلوب الحياة . ويجدر بنا أن نذكر أن الأحاديث التي تتخطى حدود المكانة الاجتماعية أقل من تلك التي تتم داخلها. كما أن فرص الاحتكاك أقل سواء كان ذلك يحدث عمداً أو بمحض الصدفة.

وفي دراسة قامت بها Stacey لمدينة Banbury : وهي مدينة صغيرة بحيث تستطيع مجموعاقا المتميزة العديدة متقاربة معاً . أوضحت أن القرب المكاني بمفردة

مؤشر غير كاف للتنبؤ بخط الاتصال وقد تناولت في دراستها مناطق الاتصال المختلفة التي تميز المجموعات ذات الطبقة الاجتماعية الواحدة أو ذات المكانة الاجتماعية الواحدة التي تقيم في تلك المدينة الصغيرة . وقد وجدت أن المجموعة التقليدية التي تضم ذوي المكانة الاجتماعية العليا لم تكن لهم صلات بجيرانهم ، ولم يدخلوا إلى دوائرهم الاجتماعية أي عضو من جيران السكن .

ومن الواضح أن الاتصالات يحدث على الأرجح حيث توجد اهتمامات ومصالح مشتركة وموقع مشترك بالإضافة إلى التماثل . والمعروف أن الطبقة الاجتماعية والمكانة الاجتماعية تكونان واحداً من العوامل التي تعزز أو تعوق تطوير الاتصال والتفاعل [1] .

ولكي نلقي ضوءاً على عملية الاتصال في مؤسسة اجتماعية نركز على طبقة من الأفراد يعرفون في علم الاجتماع باسم قادة الرأي **Opinion Leaders** . وقد اجريت دراسة عليهم تبين منها أن 21٪ من عينة الناخبين الأمريكيين عندما وجهت إليهم أسئلة : إن كانوا قد حاولوا إقناع أي شخص بأفكارهم السياسية في الفترة الأخيرة، وإن كان أحد طلب مشورهم بخصوص مسألة سياسية كانت إجابتهم "نعم" وهذه الأقلية كانت تهتم اهتماما متميزاً بالإنتخابات ، وكانوا أكثر اطلاعا على المحتويات المتعلقة بالانتخابات فيما تنشره الصحف أو تذيعه الإذاعات.

وقد برز هؤلاء القادة في مجال الشئون العامة على أنهم فوق المتوسط من حيث الوضع الاجتماعي، ويمتازون بحسن الإصلاح، كما أنهم أكثر انفتاحا على المصادر العديدة للاتصال الجماهيري، خاصة ذلك المضمون الذي يتناول الشئون العامة ، كذلك وجد أنهم اجتماعيون بمعنى أنهم يترعون إلى العيش مع غيرهم ، وأيضا بمعنى أنهم كثيرو الاصدقاء ، وينتمون إلى منظمات متعددة [2] .

---

1 - د. إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير ص 95 .

2 - نفس المرجع ، ص ص 248 – 249 .

الثقافة والعلاقات العامة :

مفهوم الثقافة :

تحمل كلمة ثقافة مثل كلمة مجتمع الكثير من المعاني . فهي تشير إلى الشخص المثقف كما أنها تستخدم باعتبارها مرافدة لكلمة الفنون الجميلة . والحق أنه من الصعب أن نتكلم عن ما هية المجتمع ، ذلك أن ، المجتمع والثقافة مظهران لشيء واحد، والفصل بين هو ثقافي وما هو اجتماعي يعد فصلا تعسفيا ، فإذا كانت الحاجات الإنسانية الأساسية يمكن تفسيرها اجتماعيا ، فإن طرق إشباعها تأتي عن طريق الثقافة. كما أننا لا نستطيع أن نغفل أثر التغير الثقافي خاصة بعد ظهور الاختراعات الحديثة على العلاقات الاجتماعية ، وما ترتب على ذلك من وضع قواعد ونظم جديدة للسلوك الاجتماعي ، ولهذا فإن عالم الاجتماع لا يستطيع أن يهمل الثقافة حين يقوم بدراسة الأنساق الاجتماعية .

وقد كثرت تعريفات العلماء لاصطلاح الثقافة **Culture** ، وهو المأخوذ عن الأصل الألماني **Kulture** ، فجراهام والاس **Graham Wallas** [1] ، يعرف الثقافة بأنها تراكم الأفكار والقيم والأشياء – أي أنها التراث الذي يكتسبه الناس من الأجيال السابقة عن طريق التعليم . وعلى ذلك فهي تتميز عن التراث البيولوجي الذي ينتقل إلينا عن طريق الجينات أو الموروثات .

ويعرف عالم الاجتماعي دي روبرتي **E. V. de Roberty** الثقافة بأنها حصيلة الفكر في المجالين النظري والعملي على السواء . وعلى ذلك فإنها تعتبر خاصية من خواص الإنسان دون غيره من الكائنات. أما هوبل **Hobel** فيذكر أن عامل السلوك المتعلم يعتبر ركنا هاماً في تعريف الثقافة، ولأنه من الضروري أن نبعد كل ما هو غريزي أو نظري وكل صور السلوك الموروثة بيولوجيا عن مفهوم الثقافة ، ولذا فإن الثقافة في نظره حصيلة الإبتكار الاجتماعي ، وهي بمثابة التراث الاجتماعي الذي ينتقل من جيل إلى جيل عن طريق التعلم والتعليم . ويستخدم الأستاذان ماكيفر

---

1 – د. أحمد أبو زيد . المرجع السابق . ص ص 179 – 180 .

ويبيح كلمة ثقافة للدلالة على كل ما صنعه أي شعب من الشعوب أو أوجده لنفسه من مصنوعات يدوية ومحرمات ونظم اجتماعية وأدوات ومعامل وأسلوب التقليد. وإذن فكلمة ثقافة تعني مجمل التراث الاجتماعي .

أما أوجبرن ونيمكوف فقد صنفا الثقافة إلى ثقافة مادية Material Culture وهي تشمل كل ما يصنعه الإنسان في حياته ، وكل ما ينتجه العقل البشري من أشياء ملموسة ، وكذلك كل ما يحصل عليه الناس عن طرق استخدام فنوهم التكنولوجية. ثم ثقافة لا مادية Immaterial Culture وهي تشمل مظاهر السلوك التي تتمثل في العادات والتي تعبر عن المثل والقيم والأفكار والمعتقدات . وكل من الثقافة المادية واللامادية يدور حول إشباع الحاجات الرئيسية للإنسان الأمر الذي يعطيه نظمه الاجتماعية التي هي جوهر الثقافة .

وأخيراً يمكن تعريف الثقافة بأنها أنماط السلوك والمعيشة والفكر والحياة وقواعد العرف والتقاليد والفنون واللغة والعلم والتعاون والأخلاق والدين ، كما تشمل كذلك الآلات والأدوات المصنعة والمباني ، وهي التي تنتقل من جيل إلى جيل .

الثقافة والعلاقات العامة :

تبرز أهمية الدور الذي يؤديه الإعلام في مجال المواجهة التدريجية والتوجيهية للرواسب الثقافية، ويمكن أن نعد الكشف عن هذه الرواسب وتحديد مستويات انتشارها وجذورها الحضاري الكامنة في كيان الجماعة ووصفها وتفسيرها من المداخل السسيولوجية الهامة في المجال الإعلامي. فالكشف عن الرواسب الغائرة مطلب أشد في أهميته من الكشف عن القيم والاتجاهات الحاضرة . ذلك لأن ترشيد وتدعيم للقيم والإتجاهات الحاضرة يتطلب باديء ذي بدء أن يتهيأ المناخ لها بحيث تخلوا البيئة من العناصر التقليدية العتيقة وندرك جموعها البشرية مدى عدم الملاءمة فيها مع اتجاهات الحاضر وتطلبعات المستقبل [1] .

---

1 – أحمد النكلاوي . المرجع السابق . ص 89 .

ولا غرو في أنْ أولى المجالات الخصبة الملموسة للتخطيط الثقافي تنحصر في مجالات الإعلام التي يمثلها التليفزيون والراديو والمسرح والسينما . فلهذه الوسائل أثر في الإتصال بالجماهير وفاعليتها ، وفي مدى معايشة الجماهير لبرامجها وآثارها في مناشط حياهم ومجالاهم ومواقفهم اليومية المختلفة .

ولقد وصل ذلك التأثير إلى الحد الذي رأت عنده كثير من الحكومات أن الإذاعة والتليفزيون من أهم وسائل الاتصال بالجماهير وأوسعها إنتشاراً فأممتها وأصدرت اللوائح والقوانين المنظمة لها التي تلزمها باتباع قواعد العرف العامة والآداب ، وضرورة العناية بالأخبار الوطنية والمشاركة في الأحداث القومية .

ونظراً لما تمارسه الإذاعة والتليفزيون من تطوير المجتمع وتنمية لآفاق فكره حضاريا وإنسانيا ، فإن التخطيط الثقافي في مجاليها يزداد أهمية وحساسية يوما بعد يوم مع تضخم المجتمع وتعدد مجالات الخدمة الموجودة. وليس معنى أن الثقافة للشعب ، أن هبط الخدمة الثقافية حتى تصبح قاصرة على مستوى الرجل العادي .على أنه ينبغي أن يقوم التخطيط الثقافي على أساس مسح التراث الثقافي والاجتماعي للشعب ودراسته وتحليله على مستوياته الاجتماعية المورفولوجية والمهنية وذلك لتحديد طابعه الثقافي ومدى أصالته فيه وارتباطه به، وللكشف عن مواطن القوة التي يمكن استثمارها وتوجيهها، ومواطن الضعف المتمثلة في الرواسب الثقافية لإذابتها والقضاء عليها كذلك ينبغي أن نحدد فلسفته من واقع الفلسفة الاجتماعية العامة السائدة [1] .

السكان والعلاقات العامة :

السكان:

يهتم علم السكان Demography بدراسة المجتمع السكاني ، ويقوم أساسا على الفرد ثم الأسرة . وترتكز دراسة السكان على ثلاثة عناصر رئيسية هي :

- حجم السكان Size .

---

1 – نفس المرجع ص ص 124 – 128 .

- تكوين السكان
- توزيع السكان

اولا : حجم السكان :

وهو العدد الاجمالي للأشخاص في منطقة ما وفي وقت معين ، وكذلك التغيرات التي تحدث في هذا العدد، والأسباب التي تؤدي إلى هذه التغيرات. ويتوقف حجم السكان على ثلاث مصادر رئيسية هي :

1- معدل المواليد .
2- معدل الوفيات .
3- الهجرة .

1- معدل المواليد :

يعد معدل المواليد الخام المقياس الأكثر شيوعا لقياس معدل المواليد ، ويقاس بحساب عدد المواليد سنويا لكل ألف من السكان . ويعتمد معدل المواليد على الآتي:

معدل الزواج : يرتبط معدل المواليد ارتباط كبيراً بمعدل الزواج ، والذي يعتمد بدوره على عوامل اقتصادية وثقافية .

التركيب العمري : ويرتبط معدل المواليد كذلك بالتكوين العمري للسكان ، بمعنى زيادة عدد الشباب مع ارتفاع نسب النساء في سن الحمل .

نسب المتزوجين : وهو يشير إلى نسبة النساء المتزوجات في سن الحمل (15 – 44 سنة)، ذلك أن المجتمع الذي ترتفع فيه هذه النسبة يكون أكثر قابلية إلى معدل مواليد خام مرتفع عن المجتمع الذي تنخفض فيه هذه النسبة .

المناخ الاجتماعي : ويقصد به الظروف الاجتماعية والثقافية والسيكولوجية ففي خلال فترات الإنهيار الاقتصادي كانت معدلات الزواج منخفضة ، وبالتالي تنخفض معدلات المواليد ، وفي خلال فترات الانتعاش الاقتصادي ترتفع نسب الخصوبة .

2- معدل الوفيات :

يقاس بحساب عدد الوفيات سنويا لكل ألف من السكان . وتحتسب تلك النسبة كالآتي :

معدل وفيات الأطفال =

$$\frac{\text{عدد وفيات الأطفال (أقل من سنة) في منطقة ما خلال عام}}{\text{عدد المواليد الأحياء في نفس المنطقة وخلال نفس العام}} \times 1000$$

ومما لا شك فيه ، فإن ارتفاع معدل المواليد يسهم في الزيادة السكانية ، كما يؤدي إرتفاع معدل الوفيات إلى إنخفاضهم وإذا طرحنا معدل الوفيات من معدل المواليد فإنه يمكن معرفة الزيادة السكانية .

3- الهجرة :

الهجرة ظاهرة اجتماعية تعني الارتحال من موطن وتركه إلى غيره مدة قد تقصر أو تطول ، وتمتد لتشمل الحياة الباقية للشخص بأكملها . وبمعنى آخر فهي تعني انتقال أشخاص من منطقة جغرافية إلى أخرى بقصد تغيير مكان الإقامة الدائم ، وهي كذلك كل حركة عبر الحدود ما عدا الحركات السياحية .

وتنطوي الهجرة على نوعين : هجرة مؤقته ، وهجرة دائمة . وتنقسم الهجرة الدائمة إلى نوعين الخارجية والداخلية. ومن أنماط الهجرة الخارجية . المهاجرون العائدون. والغزاة. أما الهجرة الداخلية فهي أنواع . منها ما هو من الحضر إلى الحضر ومنها ما هو من الحضر إلى الريف ، ومنها ما هو من الريف إلى الريف، ومنها ما هو من الريف إلى الحضر ، والإقامة في المنطقة المهاجر إليها مدة لا تقل عن سنة .

التكوين السكاني :

ويعد التكوين السكاني العنصر الثاني في الدراسات السكانية ويقصد به التعرف على الخصائص الفيزيقية، والاجتماعية ، والثقافية المطابقة لعدد السكان مثل التكوين النوعي ، والعمري والسلالي والمهنة .

التوزيع السكاني :

ونعني به التعرف على التركيز والتشتيت النسبيين للأشخاص في منطقة ما ، أي كيفية توزيع السكان والتغيرات التي تعتري هذا التوزيع ، وكيف يتوزع الناس في مناطق العالم المختلفة . وفي الدول ، والأقاليم ، وفي المدن ، والقرى .

السكان والعلاقات العامة :

ترتبط عملية الإعلام والاتصالات بالجوانب الديموجرافية ، فنمو السكان وزيادة حجمهم يسهم مساهمة فعالة في تنمية العلاقات العامة ، وتساعد هذه الزيادة على توسيع عمليات الانتاج، وتظهر التنظيمات الاجتماعية والسياسية. وتبدو أهمية إستخدام وسائل الاتصال الجيدة بين الإدارة والجماهير بإزدياد عدد العاملين في الهيئات، وزيادة عدد المستثمرين ، إذ غالبا ما لا يدرك الناس ما تفعله الإدارة من أعمال ترتبط باهتماماتهم. ومن ثم ينبغي على إدارات المؤسسات أن تشرح لجماهيرها سياساتها وأعمالها حتى يفهمها الناس وهنا تبدو أهمية دور وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة .

وفيما يتعلق بالسن يبدو هناك إرتفاع سريع في القابلية للاغراء منذ بداية العمر حتى سن السادسة. وربما يرجع هذا إلى زيادة الدافع والقدرة على الانتباه وفهم الوسائل الإغرائية. وبعد سن السادسة يحدث إنخفاض حتى سن المراهقة adolecence حيث يستقر المنحنى، وعند الشيخوخة Senility يحدث انخفاض آخر بسبب قلة التعرض exposure، وانخفاض القدرة على الإنتباه والفهم . كذلك فإن السلع التي ترضى الأفراد صغار السن تختلف في نوعها وأذواقها عن تلك التي ترضى كبار السن .

وفيما يتعلق بالنوع نجد اختلافا واضحا في القابلية للأفراد بين الذكور والنساء ، فالنساء أكثر قابلية للإغراء من الرجال ، ومن ناحية الإقبال على شراء السلع ، فالرجال يقررون بسرعة أي الأنواع يشترون بعكس النساء ، فقد تستغرق عملية الشراء لهن ساعات بل عدة أيام بسبب دقتهن في الاختيار .

وتؤدي المرأة دوراً هائلا في عملية التنمية الاجتماعية ، باعتبار الأم المسئولة عن تنشئة الأجيال الجديدة وتوجيهها وفق المتطلبات الحديثة ، كما أنها ذات تأثير كبير في إكساب أطفالها أنماط العلاقات الاجتماعية والسلوكية المختلفة التي يجب أن تتواءم مع الأنماط السوية السائدة في المجتمع ، حتى لا يتعرض الأطفال للعديد من المشكلات والضغوط النفسية والاجتماعية التي تعوق عملية التنشئة الاجتماعية والتربوية الصحيحة .

والثابت أن المرأة تمارس دوراً وطنيا ذو شأن كبير ، ومن هنا تأتي أهمية اهتمام وسائل الإعلام بها من حيث التثقيف ورفع المستوى والتوعية وزيادة الإدراك بالمسئوليات الاجتماعية والتربوية الملقاة على عاتقها ، هذا فضلاً عن إكسابها مهارات جديدة في الشئون المنزلية والرعاية الصحية والنظافة والصناعات المنزلية وغيرها .

ويتطلب هذا الدور الهام ضرورة تصميم برامج ذات طبيعة خاصة توجه إلى ربات البيوت في فترات متقاربة ، والاهتمام بالصحافة النسائية وتدعيم مضمونها، ومواصلة إستخدام البرامج الإعلامية المصممة للإناث من أجل تحقيق الأهداف التثقيفية والاجتماعية والتربوية المطلوبة [1] .

---

1 - د. د. سمير محمد حسن . المرجع السابق ، ص 152 .

المراجع

أولا : المراجع العربية

1- د. إبراهيم إمام . العلاقات العامة والمجتمع . القاهرة ، دار الطباعة الحديثة ، الطبعة الأولى ، 1957 .

2- ــــــــــــــــ . فن العلاقات العامة والإعلام. القاهرة. مكتب الإنجلوالمرية. 1968 .

3- ــــــــــــــــ . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية. 1969 .

4- ــــــــــــــــ ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1976 .

5- د. إبراهيم درويش . النظرية السياسية في العصر الذهبي ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1973 .

6- إبراهيم عبد العزيز شيحا ، الإدراة العامة (العملية الإدارية) – التخطيط – التنظيم – القيادة – التنسيق والاتصال – الرقابة . الإسكندرية ، المكتب العربي الحديث للطباعة والنشر 1984 .

7- د. أحمد أبو زيد ، البناء الاجتماعي – مدخل لدراسة المجتمع – الجزء الأول – المفهومات – الدار القومية للطباعة والنشر 1984 .

8- د. أحمد الخشاب و د. كرم حبيب برسوم ، علم الاجتماع – الجزء الثاني – القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، الطبعة الثانية ، د . ت.

9- د. أحمد النكلاوي . المدخل السوسيولوجي للإعلام . القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، 1984 .

10- د. أحمد عسكر وآخرون . العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية . 1980 .

11- د. أحمد كمال. العلاقات العامة، القاهرة . مكتبة القاهرة الحديثة . الطبعة الثانية، 1972 .

12- د. أحمد محمد المصري . العلاقات العامة . الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر ، 1985 .

13- د. السيد محمد بدوي . مبادئ علم الاجتماع . دار المعارف بمصر ، 1968 .

14- د. جميل أحمد توفيق . امذكرات في العلاقات العامة . الإسكندرية ، الدار القومية للطباعة والنشر ، 1959 .

15- د. حسن أحمد توفيق. العلاقات العامة ، القاهرة. دار النهضة العربية ، 1972 .

16- د. حسن شحاته سعفان. أسس علم الاجتماع، القاهرة. مكتبة النهضة المصرية ، الطبعة الأولى ، 1954 .

17- ـــــــــــــــ. دار النهضة المصرية، الطبعة الأولى، 1954.

18- د. حسن محمد خير الدين . العلاقات العامة – المبادئ والتطبيق . القاهرة ، مكتب عين شمس ، 1973 .

19- أصول العلاقات العامة من الناحيتين النظرية والتطبيقية، القاهرة ، دار النشر للجامعات المصرية ، 1977 .

20- د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان. دور المتغيرات الاجتماعية في الطب والأمراض – دراسة في علم الاجتماع الطبي بالإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث ، 1983 .

21- ـــــــــــــــ – دراسة في مناهج العلوم ،الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثانية ، 1985 .

22- د. حسين محمد علي ، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية –بحث ميداني مقارن للواقع الحالي بطريقة دراسة الحالات ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1966 .

23- المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية 1976 .

24- د. خليل الغلابيني . مباديء الإدارة العامة ، القاهرة . دار الكتاب العربي بمصر، الطبعة الثانية ، 1962 .

25- د. زيدان عبد الباقي. وسائل الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية . مكتبة النهضة المصرية ، الطبعة الثانية ، 1979 ،

26- د. رفاعي محمد رفاعي ، السلوك الإنساني في التنظيم ، مذكرة 1980.

27- د. سامية محمد جابر . الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث –النظرية والتطبق . الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1982 .

28- د. سعيد سراج . الرأي العام – مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة . الهيئة المصرية العامة للكتاب – الطبعة الأولى ، 1978 .

29- د. سمير محمد حسن . الإعلام والاتصال بالجماهير . القاهرة ، وزارة الثقافة ، الثقافة الجماهيرية ، 1984 .

30- د. سناء الخولي. مدخل إلى علم الاجتماع . الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1984 .

31- د. صلاح الدين عبد الباقي . العلاقات العامة من الناحية العلمية والعملية ، الإسكندرية ، الدار المصرية الحديثة للطباعة والنشر ، 1982.

32- د. صلاح الشنواني. إدارة الأفـــراد والعلاقـــات الإنســـانية. الإســـكندرية ، دارالجامعات المصرية ، 1974 .

33- د.صلاح العبد. مباديء علم الاجتماع. القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1954.

34- د. عادل حسن . العلاقات العامة . الإسكندرية ، منشاة المعارف ، 1963 .

35- د. عاطف وصفي . الأنثروبولوجيا الاجتماعية . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، الطبعة الأولى ، 1967 .

36- د. عبد الحميد لطفي . علم الاجتماع . مؤسسة الثقافة الجامعية ، 1965.

37- ـــــــــــــــ. دار المعارف بمصر . الطبعة الثانية ، 1971 .

38- د. عبد الكريم درويش ود. ليلى تكلا . أصول الإدارة العامة . القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1968 .

39- د. عبد اللطيف حمزة ، الإعلام له تاريخه ومذاهبه . دار الفكر العربي ، طبعة أولى، 1965 .

40- د. عبد المنعم شوقي . تنمية المجتمع وتنظيمة . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، الطبعة الثانية ، 1961 .

41- د. عبد المنعم ماجد . مقدمة لدراسة التاريخ الإسلامي . تعريف بمصادر التاريخ الإسلامي ومنهاجه الحديث ، مكتبة الأنجلو المصرية ، الطبعة الثالثة ، 1971 .

42- د. على السلمي . الإعلان . القاهرة ، مكتبة غريب ، 1978 .

43- د. على سامي النشار. نشأة الدين. النظريات التطورية والمؤلهة ، الإسكندرية ، دار الثقافة ، 1949 .

44- د. على عجوة . الأسس العلمية للعلاقات العامة . القاهرة ، عالم الكتب ، الطبعة الثانية ، 1982 .

45- د. عمرو غنايم و د. على الشرقاوي ، تنظيم وإدارة الأعمال . الأسس والأصول العلمية . مدخل تحليلي . بيروت ، دار النهضة المصرية ، 1982 .

46- د. غريب سيد أحمد ، ديناميات العلاقات الاجتماعية . دار الكتب الجامعية ، الطبعة الأولى ، 1975 .

47- المدخل في دراسة الجماعات الاجتماعية . دار المعرفة الجامعية ، 1979 .

48- د. قباري محمد إسماعيل . الاتجاهات المعاصرة في مناهج علم الاجتماع. الإسكندرية ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، 1971 .

49- ـــــــــــــــــ - الكتاب الأول علم الاجتماع الفرنسي ، دار الكتب الجامعية ، الطبعة الأولى ، 1971 .

50- محمد بهجت كشك . العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية . الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث ، 1984 .

51- الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الثالثة ، 1985 .

52- د. محمد سعيد عبد الفتاح ، الإدارة العامة. الإسكندرية ، المكتب المصري الحديث ، الطبعة الثانية ، 1974 .

53- محمد سيد فهمي . الإعلام من المنظور الاجتماعي. الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1984 .

54- د. محمد سيد محمد . الإعلام والتنمية ، القاهرة . دار الفكر العربي ، 1985 .

55- د. محمد طلعت عيسى . العلاقات العامة – مبادئها وتطبيقاتها . القاهرة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، الطبعة الثانية ، 1960 .

56- العلاقات العامة كأداة للتنمية.القاهرة، دار المعارف بمصر. الطبعة الرابعة، 1970

57- د. محمد عاطف غيث . علم الاجتماع . دار المعارف بمصر ، 1963.

58- علم الاجتماع ، النظرية والمنهج والموضوع . دار المعارف بمصر 1971 .

59- وآخرون ، مجالات علم الاجتماع المعاصر أسس ونظريات ودراسات واقعية . الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1982 .

60- د. محمد عبد القادر حاتم . الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية . الكتاب الأول والثاني ، بروت ، مكتبة لبنان ، 1973 .

61- د. محمد عبدالله عبد الرحيم. العلاقات العامة . القاهرة ، دار التأليف ، 1982 .

62- د. محمد عبد المعز نصر. في الفكر السياسي العربي والمجتمع. الإسكندرية ، مطبعة دار النشر الثقافية ، د. ت .

63- د. محمد غريب البغدادي ، العلاقات العامة ووسائل الاتصال بالجماهير، مطابع الطناني ، 1972 .

64- محمد فريد الصحن . العلاقات العامة . الإسكندرية . الدار الجامعية للطباعة والنشر ، 1960 .

65- د. محمد كامل البطريق و د. محمد كمال شديد . تنمية المجتمع المحلي – دراسة تحليله للأساس النظري لمنهج تنمية المجتمع والأبعاد الرئيسية لمدى تطبيقه بفاعلية في المجتمعات الريفية ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1969.

66- محمد محمد عطية . وسائل الاتصال في المجالات الاجتماعية . القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1973 .

67- د. محمود السعران . اللغة والمجتمع – رأي ومنهج ، الطبعة الثانية ، 1963 .

68- د. محمود محمد الجوهري . العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية . القاهرة ، دار المعارف بمصر ، 1959 ،

69- ـــــــــــــــــــــ . القاهرة، الدار القومية للطباعة والنشر، 1964.

70- ـــــــــــــــــــــ ، القاهرة، الدار القومية للطباعة والنشر، 1968.

71- محيي عبد الحليم. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. القاهرة ، مكتبة الخانجي، 1986 .

72- محيي محمود حسن وسمير حسن منصور . العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ن 1985 .

73- د. مصطفى الخشاب . علم الاجتماع ومدارسه – الكتاب الثاني – دعائم علم الاجتماع وحقائقه . الطبعة الثانية ، 1956 .

74- د. نبيل صادق وآخرون ، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1981.

ثانيا : المراجع الاجنبية (مترجمة)

75- بيرنيز (ل. إدوارد) وآخرون. العلاقات العامة فن. ترجمة وديع فلسطين وحسني خليفة ، تصدير د. محمد توفيق رمزي، القاهرة، دار المعارف بمصر ، الطبعة الثانية 1967 .

76- دور كايم (إميل) ، قواعد المنهج في علم الاجتماع . ترجمة د. محمود قاسم ، مراجعة د. السيد محمد بدوي ، مكتبة النهضة المصرية ، 1950 .

77- فاندرسال (وليم) . المشرف الناجح في الصناعة والهيئات الحكومية – دراسة في السلوك الإنساني . ترجمة د. عبد الهادي الجوهري وآخرين ، أسيوط ، مكتبة الطليعة ، الطبعة الأولى ، 1978 .

78- ماكيفر (ر. م.) . الجماعة – دراسة في علم الاجتماع – ترجمة د. محمدعلى أبو درة ولويس اسكندر ، مراجعة د. حسن الساعاتي ، دار الفكر العربي ، 1968 .

79- مونييه (رينيه) . المدخل في علم الاجتماع . ترجمة د. السيد محمد بدوي ، مطبعة دار نشر الثقافة بالإسكندرية ، الطبعة الثانية ، 1953 .

80- جمعية تعلم الكبار الأمريكية . العلاقات العامة الناجحة . ترجمة مصطفى حسن علي ، مراجعة وتقديم دز سيد عبد الحميد مرسي ، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الطبعة الثانية ، 1975 .

ثالثا : المجلات

81- مجلة علم الفكر – الإعلام والرأي العام – الثورة الحالية في اساليب الأتصال – النظام الجديد للإعلام الدولي – الرأي العام في الدول النامية – المسرح السياسي – المجلد الرابع عشر – العدد الرابع – يناير ، فبراير ، مارس 1984 .

رابعاً : المراجع الاجنبية

82- Edward Westermarch : Short History of Marriage.

83- Berkley, George E., the Craft of Public Administration, London, Allyn and Bacon Ic, 1979.

84- Black, Sam, Practical Public Relatiosm London, The English Language Book Society and Pitman Publishing. Fourth Editon 1976.

85- Bouthoul, Gaston, sociologie de la politique, Boulevard, Sain Germain, Paris, Presse, Universitaire de France, Editon, 1967.

86- Canfield, Bettrand R. & Moore, H. frazier, public Relations, Principles, cases, ad Problems, Richard D. Irwin, Inc., Illinois, Sixth Edition. 1973.

87- Caple John & others, Tested Advertising Methods, Printice Hall, inc., Englewood Clifts, N.j., fourth Edition 1978.

88- Center, Allen H., public Relations, Ideas in Action. New Yourk Mc graw-Hill Book Company, Inc. 1957.

89- Cuvillier, A., Manuel De Sociologic,2eme Partie, Paris, Presse Universitaire De france, S.D.

90- Durand Gilbert, Des Grands Tesxtes de la Sociologie Paris, Collection George Pascal, S.D.

91- Durkheim, Emile, Les Regles de la Methode Sociologique, Presse Univirsitaaire De france. 1973.

92- Finn, David, public Relatins and Management. New York, Renhold Publishing Corporation, 1969.

93- Goffman, Erving, Relatins in public, London, Allen, Renhold the penguin press, 1971.

94- Gustave, P. Hart & others, Public Communi cations, 1983.

95- Hancock, Allan, Communicatin, London, Heinemana. Educatin Book, 1971 .

96- Helm, Lewis M. & others, (Eds.), Informing the people, New York, Longman, 1981.

97- Herbert & Lloyd, peter, public Relations, Great Britain, Hodder and Stoughton, fouth Edition, 1984.

98- Holloway, Harry & George, John, public opinion, Coalitions, Elites and Massr, New York, St, Martin's press, 1979.

99- Horton, L., Paul & Hunt, L., Sociology, Mac Graw Hill Book Company, fourth Edition, 1967.

100- Jefkins, Frank, Planned public Relations, London, intertext Books, 1972.

101- ——————— , Press and Public Relations, London International Text book Company. 1977.

102- Jones, Gerre, public Relations' for the Design Professional. New York, Mc Graw Hill-Book Company, 1977.

103- Katz, Daniel & others, Public opinion and Propaganda, New York, Holt Rinehart and Winston, 1954.

104- Lemert james B, Does Mass Communication Change public Opinion After All; Chicago, Nelson-Hall, 1935.

105- Maguin Brigitte et Millet, Louis, Les Science Humains aujourd hui. Paris, E.M.E., 1972

106- Mann, Peter An Approach to urban Soiology New York, Routledge, Regal paul, the Humanities Press 1970 .

107- Phillips, Garald M. & wood, Julia T., Relation the Study of Interpersonal Communication, New York MacMillan Publishing Co., Inc., 1983 .

108- Rice, Berty, Public Relations for Public Liraries, New York, the H. W. Wilsonj Company, 1972 .

109- Ross, Robert D., The Management of Public Relations New York, John wiley and Sons, 1977.

110- Santage, William W., Interpersonal and Group Relations in Educational Administration, Scott, Foreman and Company, 1968.

111- Steinberg. Charles S., The Creating of Consent public Relation in Practice, New Youk, Hastings Hous Publishers, 1975.

خامسا : دوائر المعارف

112- Benton, Willian, (Publisher), Encyclopaedia Britannica, A Survey of Unversal Knowledge. Printed in U.S.A. 1966.

للمؤلف

1- الاستعمار في القرن العشرين ، الإسكندرية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1975 .

2- الإدعاءات الصهيونية والرد عليها ، الإسكندرية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الطبعة الثانية ، 1975 .

3- المدينة – دراسة في علم الاجتماع الحضري ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الخامسة ، 1989 .

4- دور المتغيرات الاجتماعية في التنمية الحضرية – دراسات في علم الاجتماع الحضري ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الطبعة الثانية ، 2004 .

5- بالإشتراك مع الأستاذ الدكتور / عبد الهادي الجوهري ، دراسات في علم الاجتماع الحضري ، د . ن ، 1994 .

6- بالاشتراك مع الأستاذ الدكتور / عبد الهادي الجوهري ، علم الاجتماع الحضري، مفاهيم وقضايا ، درا الشروق ، جامعة القاهرة ، 1997 .

7- مشكلات المدينة – دراسة في علم الاجتماع الحضري ، علم الاجتماع الحضري، المكتب العربي الحديث ،الطبعة الثالثة ، الإسكندرية 2001 .

8- بالاشتراك مع الأستاذ الدكتور / عبد الهادي الجوهري ، دراسات في علم الاجتماع الحضري ، (مشكلات المدينة) المكتبة الجامعية 2001.

9- علم الاجتماع الريفي – الإسكندرية ، المكتب العربي الحديث ، 2003 .

10- علم الاجتماع وميادينه ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، الطبعة الرابعة ، 2000 .

11- المجتمع – دراسة في علم الاجتماع ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الرابعة ، 2002 .

12- ميادين علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثامنة ، 2001 .

13- العلم والبحث العلمي – دراسة في مناهج العلوم ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة السادسة ، 1996 .

14- أصول البحث العلمي – الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2003 .

15- في مناهج العلوم ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2003.

16- المجتمع والتصنيع – دراسة في علم الاجتماع الصناعي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2002 .

17- الاقتصاد والمجتمع – دراسة في علم الاجتماع الاقتصادي . الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث ، 2002 .

18- التربية والمجتمع – دراسة في علم اجتماع التربية . الإسكندرية ، المكتب العربي الحديث ، 2001

19- الأسرة والمجتمع – دراسة في علم اجتماع الأسرة . الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2003 .

20- القانون والمجتمع – دراسة في علم الاجتماع القانوني . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2003 .

21- الدين والمجتمع – دراسة في علم الاجتماع الديني . الإسكندرية ، مركز الإسكندرية للكتاب ، 2004 .

22- السكان من منظور علم الاجتماع . الإسكندرية ، دار الوفاء للطبع والنشر، 2009.

23- التغير الاجتماعي والتنمية السياسية في المجتمعات النامية – دراسة في علم الاجتماع السياسي . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثالثة ، 2001 .

24- الجريمة – دراسة في علم الاجتماع الجنائي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1995 .

25- التطرف والإرهاب من منظور علم الاجتماع ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الطبعة الثانية ، 2001 .

26- الفلسفة الاجتماعية والاتجاهات النظرية في علم الاجتماع ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثالثة ، 2001 .

27- تطور النظم الاجتماعية وأثرها في الفرد والمجتمع ، الإسكندرية – المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثالثة ، 1993 .

28- العلاقات الإنسانية في مجالات ، علم النفس – علم الاجتماع – علم الإدارة ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1997 .

29- العلاقات الاجتماعية في القوات المسلحة – دراسة في علم الاجتماع العسكري، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1999 .

30- الطفل – دراسة في علم الاجتماع النفسي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثالثة ، 2000 .

31- الأسس النفسية والاجتماعية للابتكار – دراسة في علم الاجتماع النفسي ، الإسكندرية ، الطبعة الثانية ، 2002 .

32- علم اجتماع المرأة ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1998 .

33- علم الاجتماع الأخلاقي ، الإسكندرية ، المكتب العربي الحديث ، الطبعة الثانية2001 .

34- الفولكلور والفنون الشعبية من منظور علم الاجتماع . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1993 .

35- دور المتغيرات الاجتماعية في الطب والأمراض – دراسة في علم الاجتماع الطبي . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثانية ، 1999 .

36- علم الاجتماع الطبي لشعب التمريض بالمعاهد الفنية الصحية . القاهرة ، وزارة الصحة بالإشتراك مع منظمة الصحة العالمية ، 1997 .

37- الأنثروبولوجيا في المجال النظري . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الثانية 1997 .

38- الأنثروبولوجيا في المجال التطبيقي ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1989 .

39- بالاشتراك مع الأستاذ الدكتور / عبد الهادي الجوهري – دراسات في الأنثروبولوجيا . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، الطبعة الخامسة ، 2002 .

40- الأنثروبولوجيا في المجالين النظري والتطبيقي . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1997 .

41- مشاكل وقضايا معاصرة . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث، 1997 .

42- أضواء على الحياة الاجتماعية . الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1999 .

43- سلوكيات ، الإسكندرية . المكتب الجامعي الحديث ، 2001 .

44- مشاهد من الواقع الاجتماعي . الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2004.

45- العلمانية والعولمة من منظور علم الاجتماع – الإسكندرية مركز إسكندرية للكتاب الطبعة الثانية 2001.

46- المعلم والتعليم والمتعلم . الإسكندرية مؤسسة شباب الجامعة 2006 .

47- نظرية المعرفة – دراسة فى علم اجتماع المعرفة ، الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2008 .

48- مشكلات المدينة دراسة فى علم اجتماع الحضرى . الاسكندرية . مؤسسة شباب الجامعة ، الطبعة الرابعة 2005 .

49- التخطيط الحضرى . الاسكندرية مركز اسكندرية للكتاب ، 2004 .

50- التخطيط مدخل اقتصادى اجتماعى . مؤسسة شباب الجامعة ، 2001 .

51- الثقافة دراسة فى علم الاجتماع الثقافى . مؤسسة شباب الجامعة 2008.

52- البناء الاجتماعى الأنساق والجماعات . الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة 2008 .

53- التغير الاجتماعى والمجتمع . المكتب الجامعى الحديث ، 2008.

54- التنمية : اجتماعيا ، ثقافيا ، سياسيا ، إدارية وبشرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2009 .

55- علم الاجتماع بين ابن خلدون وأوجست كونت ، المكتب الجامعى الحديث، 2008 .

56- الطبقات الاجتماعية . الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة 2008.

57- ثورة الغضب - دراسة ثورة 25 يناير مقارنةً بثورات مركز الإسكندرية للكتاب. 2013.

58- الفلسفة وعلم الاجتماع -دراسة فى علم اجتماع الفلسفة . المكتب الجامعى الحديث ،2011 .

59- المشكلات الاجتماعية - دراسة فى علم الاجتماع التطبيقى . المكتب الجامعى الحديث 2010 .

60- حقوق الانسان . دراسة فى علم الاجتماع القانونى . مؤسسة شباب الجامعة ، 2011 .

61- الادارة والمجتمع - دراسة فى علم اجتماع الإدارة . الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الطبعة الثانية 2010 .

62- علم اجتماع التنظيم . الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2004 .

63- الفقر والمجتمع - دراسة فى علم اجتماع . الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة، 2008 .

64- الأدب والمجتمع . دراسة فى علم اجتماع الأدب . الاسكندرية ، المكتب الجامعى الحديث ، الطبعة الثانية ، 2009 .

65- الأيديولوجيا والمجتمع . المكتب الجامعي الحديث ، 2008.

66- الأمية الهجائية والوظيفية وتعليم الكبار، مركز الإسكندرية للكتاب، جارى طبعه، 2013م.

67- الحرية والخوف من الحرية المطلقة، دار التعليم الجامعي، جارى طبعه، 2013م.

68- السلطة والبيروقراطية. المكتب الجامعي الحديث، 2013.

69- سلوكيات انسانية واجتماعية . مؤسسة شباب الجامعة ، 2008

70- التنشئة الجتماعية دراسة فى علم الاجتماع النفسى، الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة والنشر،2012.

71- الذكاء. الأسس النفسية والاجتماعية. مركز الإسكندرية للكتاب، الطبعة الثالثة، 2007.

72- التربية الرياضية – مدخل اجتماعي نفسى. المكتب الجامعي الحديث، 2011.

73- القيادة. دراسة فى علم الاجتماع النفسى والإدارى والتنظيمى، مؤسسة شباب الجامعة، 2010.




ISBN 977-43-8402-8

المكتب الجامعى الحديث
مساكن سوتير - أمام سيراميكا كليوباترا
عمارة (5) مدخل 2 الأزاريطة - الإسكندرية
تليفاكس : 00203/4865277 - تليفون : 00203/4818707
E-Mail : modernoffice25@yahoo.com

